

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ ŠTÚDIUM**

**2014–2015**

**DIPLOMOVÁ PRÁCA**

**Veronika Pitoňáková**

**Potenciál rozvoja cestovného ruchu v Podtatranskej oblasti**

Praha 2015

Vedúci diplomovej práce: Ing. et Mgr. Daniel Toth, PhD. et PhD.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**MASTER COMBINED STUDIES**

**2014–2015**

**DIPLOMA THESIS**

**Veronika Pitoňáková**

**The potential of tourism development in the local area**

Prague 2015

Diploma Thesis Work Supervisor:  
Ing. et Mgr. Daniel Toth, PhD. et PhD.

### **Prehlásenie**

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je mojim pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Všetku literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala, v práci riadne citujem a uvádzam v zozname použitých zdrojov. Súhlasím so sprístupnením svojej diplomovej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa 11. marca 2015

Veronika Pitoňáková .....

### **Pod'akovanie**

Na tomto mieste by som sa rada pod'akovala Ing. et Mgr. Danielovi Tothovi, PhD. et PhD za cenné pripomienky a odborné rady, ktorými prispel k vypracovaniu tejto diplomovej práce. Ďalej ďakujem Ing. Marianovi Dudášovi za cenné informácie o ubytovacích zariadeniach, ktoré sa v tejto práci spomínajú.

## **Anotácia**

Diplomová práca sa v svojej teoretickej časti zaoberá opisom a vysvetlením pojmu cestovného ruchu. Táto časť je zameraná na rozbor typov cestovného ruchu, typov zákazníkov vystupujúcich v cestovnom ruchu a pojmov, ktoré s cestovným ruchom súvisia. Praktická časť popisuje cestovný ruch a jeho rozvoj vo vybranom kraji, popise potenciál rozvoja cestovného ruchu. Ďalej tam vystupujú formy výskumu, zber informácií a následne zhodnotenie skutočného stavu cestovného ruchu v danom kraji. Cieľom tejto diplomové práce je návrh na rozvoj potenciálu cestovného ruchu.

## **Kľúčové slová**

Cestovný ruch, potenciál, ubytovacie zariadenie, stravovacie zariadenie, rozvoj, kraj, dedina

**Annotation**

The thesis in its theoretical part deals with the description and explanation of the concept of tourism. This section is focused on the analysis of types of tourism, types of customers existing in the tourism and concepts that are tourism related. The practical section describes tourism and its development in the selected region, the description of the potential of tourism development. Furthermore, there posing forms of research, collection of information and then assess the real status of tourism in a given region. The aim of this diploma thesis is a proposal for the development of the tourism.

**Key words**

The tourism potential, accommodation facilities, catering equipment, the development, the county, the village

# OBSAH

<b>TEORETICKÁ ČASŤ .....</b>	<b>9</b>
1 CESTOVNÝ RUCH .....	9
1.1 Vývoj cestovného ruchu .....	10
1.2 Trendy cestovného ruchu .....	10
2 DRUHY CESTOVNÉHO RUCHU .....	14
2.1 Formy cestovného ruchu .....	15
3 ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU V STREDISKU/REGIÓNE .....	19
3.1 Produkt strediska/regiónu cestovného ruchu .....	20
3.1.1 Primárna ponuka a sekundárna ponuka .....	21
3.2 Špecifiká riadenia rozvoja cestovného ruchu v regióne .....	22
4 ZÁKAZNÍCI V CESTOVNOM RUCHU .....	24
4.1 Typológie turistov a ich chovanie .....	25
4.2 Faktory obmedzujúce použitia typológie turistov .....	27
5 POSTAVENIE CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU .....	28
5.2 Regionálne aspekty stratégie cestovného ruchu .....	32
5.3 Kategorizácia regiónov .....	33
6 PODPORA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU A ZDROJE JEHO FINANCOVANIA V REGIÓNOCH .....	36
<b>PRAKTICKÁ ČASŤ .....</b>	<b>39</b>
7 ZOZNÁMENIE SA S KRAJOM ZAMAGURIE .....	39
7.2 Obce v Zamaguria .....	41
8 POTENCIÁL ÚZEMIA ZAMAGURIE .....	46
8.1 Kultúrno-historické zážitky .....	47
8.2 Prírodné zážitky .....	48
8.3 Kultúrno-relaxačné atrakcie .....	49
8.5 Ubytovanie a stravovanie .....	51
8.6 Sprostredkovanie a organizovanie cestovného ruchu .....	53
8.7 SWOT analýza kraja Zamagurie .....	54
9 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU KRAJA ZAMAGURIA .....	58
9.1 Analýza Kúpeľov Červený Kláštor „ Smerdžonka“ .....	58
9.2 Analýza Penziónu Kaštieľ Hanus *** .....	60
9.3 Analýza Chata Pieniny .....	61
10 NÁVRHY PRE ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU .....	65
10.1 Projekt Goralská dedina .....	68
<b>ZÁVER .....</b>	<b>70</b>
<b>ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV .....</b>	<b>71</b>
<b>ZOZNAM TABULIEK .....</b>	<b>74</b>
<b>ZOZNAM PRÍLOH .....</b>	<b>75</b>

## ÚVOD

Cestovný ruch v poslednej dobe patrí medzi najrozvíjajúcejšie odvetvia hospodárstva, ktoré obľubuje každý človek. Na Slovensku to nie je inak. Slovensko má vysoký potenciál pre cestovný ruch vďaka vysokému počtu prírodných a kultúrno – historických aktivít. I keď má Slovensko dostatočné množstvo krás, stále nie je známe a dostatočne ohodnotené. Môže sa zrovnat' s ľudským talentom, kde nie vždy človek, ktorý je najtalentovanejší je aj najznámejší, pretože potrebuje k tomu propagáciu, takto to funguje aj pri potenciály cestovného ruchu na Slovensku.

Diplomová práca je venovaná taktiež už spomínaným potenciálom. Autorka sa nebude venovať kompletne potenciálu cestovného ruchu na Slovensku, ale iba jednej oblasti a to Podtatranskej oblasti zameranej na kraj pomenovaný ako Zamagurie. Tento kraj si autorka vybrala preto, pretože býva v blízkosti a myslí si, že práve Zamagurie je bohaté na prežitie voľného času a práve tento kraj ma vysoký potenciál cestovného ruchu i keď v súčasnej dobe vybranému kraju nebola venovaná dostatočná pozornosť.

Cieľom práce je priblížiť skutočný stav cestovného ruchu v Zamagurí a to za pomoci vypracovania analýzy súčasného stavu, vypracovania SWOT analýzy. Za pomoci predloženého dotazníka do ubytovacích zariadení, bolo cieľ zistiť momentálny stav cestovného ruchu z hľadiska návštevníka a zistiť nedostatky ale i pozitíva daného kraja.

V teoretickej časti tejto diplomovej práce bude predstavený cestovný ruch, kategórie a jeho trendy. Následne sa bude autorka venovať rozvoju cestovného ruchu na Slovensku a oblastiam, ktoré do tejto témy patria. Diplomová práca v praktickej časti zoznamuje čitateľa s krajom Zamaguria. Zameriava sa hlavne potenciálom primárnym či sekundárnym, kde sa podrobne predstavia kultúrno – historické a prírodné atraktivity, ktoré sú pre Zamagurie naozaj najviac typické. Veľká pozornosť sa bude venovať aj iným atraktivitám, ktoré v tom kraji vystupujú a to športovo – rekreačné, kúpeľno - liečebné či podujatia s kultúrnou tematikou. Ako už bolo spomenuté, cieľom práce je zistenie súčasného stavu cestovného ruchu a práve v praktickej časti sa o tento cieľ autorka bude snažiť. Zistené informácie u súčasnej situácií budú na záver rozpracované a následne navrhnuté ich zlepšenia. Pre zlepšenie potenciálu cestovného ruchu bude na záver diplomovej práce vypracovaný projekt na vybudovanie „Goralskej dediny „.



# TEORETICKÁ ČASŤ

## 1 CESTOVNÝ RUCH

Priekopníkom, definície cestovného ruchu bol rakúsky ekonóm Hermann V. Schullard v r. 1910, ktorý povedal: „ *cestovný ruch je súhrnom operácií, hlavne ekonomickej povahy, ktoré sa priamo vzťahujú na vstup, pobyt a pohyb cudzincov mimo alebo vnútri určitej krajiny, mesta alebo regiónu*“<sup>1</sup>. Cestovný ruch je súhrn vzťahov a javov, ktoré vyplývajú z cestovania alebo pohybu osôb, pričom miesto pobytu nie je hlavným ani trvalým miestom bývania a zamestnania<sup>2</sup>. Cestovný ruch vnímame ako cestovanie a zdržiavanie sa nie v mieste trvalého pobytu, spravidla vo voľnom čase, a to za cieľom rekreácie, rozvoja poznania a kontaktu s ľuďmi<sup>3</sup>.

Tieto definície sú všeobecne rozdielne, avšak obsahovo vyjadrujú všeobecnú podstatu cestovného ruchu, ktorá spočíva v určitej zmene pobytu účastníka cestovného ruchu v inom konkrétnom prostredí, často je to vo voľnom čase za účelom oddychu, poznania alebo kontaktu s ľuďmi. Skoro väčšina autorov, ktorí sa venujú téme cestovného ruchu, hovoria o priemysle cestovného ruchu. Navzdor námietkam makroekonomov, títo autori sa zastávajú názorom o existencii samostatného odvetvia, ktoré dokáže vytvárať ekonomické efekty, ktoré sú významné pre celú ekonomiku štátu. Medlik vyzdvihuje, že ak puto jednotky produktu cestovného ruchu pretrváva medzi viacerými rozličnými firmami a organizáciami, tento vzťah vyjadruje vonkajšiu funkciu cestovného ruchu a určuje jeho miesto v ekonomickom živote, čiže ho možno považovať za priemysel<sup>4</sup>.

Mnoho ľudí nepovažuje cestovný ruch za samostatné odvetvie ale za činnosť, ktorá je výsledkom služieb iných odvetví ako sú napríklad ubytovanie, stravovanie, a doprava. AK ide o nejaký priemysel, tak sa to dá vysvetliť tak, že sa skladá zo služieb organizátorov zájazdov ako sú napríklad cestovné kancelárie a cestovné agentúry.

---

<sup>1</sup> SHMOLL, G.A. *Tourism Promotion*, London, Tourism International Press, 1977, 21 s., ISBN 978-09-04873072 .

<sup>2</sup> KASPAR, C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1995. 112 s. ISBN 80-901166-5-5.

<sup>3</sup> GÚČIK, M. et al. *Výkladový slovník - cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 221 s. ISBN 80-10-08360-3.

<sup>4</sup> MEDLIK S. *What is tourism*, Guildford, 1988, 12 s., ISBN 0-7506-5650-6.

Tento priemysel neexistoval do nástupu moderného cestovného ruchu založeného na celkovej ponuke viacerých služieb.

## **1.1 Vývoj cestovného ruchu**

Cestovný ruch je odvetvie, ktoré v posledných dvoch desaťročiach zažíva mimoriadne rýchle tempo rozvoja. Umožňuje to predovšetkým rýchli rast vplyvu globalizácie – odstraňovanie hraníc, možnosť voľného pobytu ľudí, zrýchľovanie toku informácií a mnohé ďalšie znaky globalizácie. O rýchlom raste vplyvu cestovného ruchu na svetovú ekonomiku svedčia údaje o oveľa rýchlejšom raste tohto odvetvia v porovnaní s rastom hrubého domáceho produktu. Podľa údajov Svetovej organizácie cestovného ruchu pri raste HDP 3,5 %, rastie cestovný ruch v priemere 1,3 – krát rýchlejšie ako HDP. Najvyššie tempo príjazdov sa v poslednom desaťročí zaznamenáva na Strednom východe (12 % ročne) a v Ázii a Pacifiku (7,1 % ročne). Napriek nižšiemu tempu rastu turistického ruchu si však Európa zachováva podstatný podiel na svetovom cestovnom ruchu (54,7 %). Dlhodobé štatistiky ukazujú, že napriek vysokému tempu rastu cestovného ruchu sa medziročne prírastky spomaľujú<sup>5</sup>.

## **1.2 Trendy cestovného ruchu**

Cestovný ruch, jeho vlastnosti a veľkosť, primárne úzko súvisí so životným štýlom a bohatstvom krajiny návštevníkov. Rastúce bohatstvo krajín, ktoré ešte prednedávnom patrili do kategórie zaostalých alebo rozvojových, jednoznačne ilustrujú túto väzbu. Najtypickejšou je terazšia Čína, kde rýchlim tempom rastie počet turistov takmer do všetkých turistických destinácií.

Z hľadiska spoločenských zmien v najrozvinutejších krajinách sveta je dôležitých niekoľko okamihov. Za pomoci kvalitného zdravotného systému sa priemerná dĺžka života ľudí zvyšuje a zároveň kvalita života zostáva dlhšie na vysokej úrovni.

Obyvateľstvo staršie, počet starších obyvateľov sa zvyšuje, zvyšujú sa nároky na možnosti trávenia voľného času pre starších ľudí. Realizuje sa snaha o zdravý životný štýl.

---

<sup>5</sup> World Tourism [online]. 2015 cit. [2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.world-tourism.org/>

Za pomoci technologickému pokroku má obyvateľstvo viac voľného času, zväčšujú sa nároky na možnosti športu a rekreácie. Vzniká odklon od „chatového“ trávenia víkendov smerom ku krátkodobým možnostiam oddychu priamo v meste a jeho okolí. Časom sa zvyšujú nároky na pestrosť a kvalitu služieb. Ľudia chcú intenzívne využívať voľný čas a mať čo najviac zážitkov. Rastúci počet ľudí uprednostňuje služby v zmysle „všetko mať po jednu strechou“. Globalizácia zjednocuje kultúrne správanie príslušníkov rôznych národov, aj keď z hľadiska dopytu po rozdielnych typoch zážitkov sa stále odlišujú. Táto diferenciácia je predovšetkým dôsledkom odlišnej tradície a ekonomickej úrovni krajiny. Automobilizácia je ďalším znakom vývoja životného štýlu, ktorý vplýva na rozvoj cestovného ruchu. S týmto priamo súvisí rastúci význam infraštruktúry turistických destinácií, nie len príjazdové cesty ale aj parkoviská, stanice pohonných hmôt, technické služby a pod.<sup>6</sup>

Auliana Poon vo svojej štúdií uvádza 12 významných trendov cestovného ruchu, ktoré rozdeľuje do troch kategórií. Do kategórií poskytovateľov, kategórie zákazníkov a kategórie destinácií.<sup>7</sup>

Do prvého trendu sa zaraďuje myšlienka, že najrýchlejšie rastie oblasť cestovného ruchu, ktorá sa vyznačuje hlavne pobytmi, ktoré sú lacné a kratšie. To neznamena, že kvalita týchto pobytov je nižšia ale že časovo je rýchlejšie dostupnejšia hlavne čo sa týka dopravy. Autorka uvádza hlavne krajiny východnej Európy, ktoré sa otvárajú tomuto trendu a ktoré patria medzi nízko nákladové destinácie

V druhom trende sa preferujú cesty blízko k domovu. Tento trend sa stal obľúbeným hlavne po 11. septembri a s ním spojeným zvýšeným bezpečnostným opatrením pri dlhších a najmä leteckých cestách.

V trende číslo tri je veľmi dôležitý pojem internet, ktorý v tejto dobe zohráva dôležitú úlohu. V súčasnosti platí pravidlo ak nie si na internete, nebudeš predávať. Internet zohráva úlohu informačnú ale zároveň je aj nástrojom na výber destinácie a zabezpečovanie turistických ciest.

---

<sup>6</sup> KASPAR, C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1995. 115 s. ISBN 80-901166-5-5.

<sup>7</sup> POON, A. *A new Tourism Scenario – Key Future Trends*. In: *Tourism Intelligence International*, Berlin, 2003, ISBN 2182-5580.

Vo štvrtom trende platí, že cestovný ruch sa čoraz viac polarizuje medzi veľkými a malými podnikateľmi cestovného ruchu. Popri veľkých hoteloch sa presadzuje ubytovanie v malých hoteloch, penziónoch, alebo v súkromí. I keď tieto malé podniky nemajú svoje veľké siete, a to je veľký problém, pretože vyrovnanie predovšetkým informačných nevýhod malých oproti veľkým podnikom cestovného ruchu je práve úlohou siete.

Vývoj cestovných kancelárií závisí s rastúcim využitím informačných technológií. Túto myšlienku poznamenáva trend piaty. Výsledok tohto trendu pociťujú hlavne malý touroperátori – cestovné kancelárie. Cestovné kancelárie investujú veľa peňazí do využitia internetového obchodu, bezhotovostného platobného styku a na poskytovanie nových služieb.

Starnutie účastníkov cestovného ruchu to je témou šiesteho trendu. S demografickým vývojom sa zvyšuje počet starších účastníkov cestovného ruchu. Klesá hlavne podiel detí a stúpa počet starších ľudí v produktívnom veku (interval 21 - 40 rokov) a podiel seniorov na 60 rokov.

Trend siedmy predstavuje nezávislé cestovanie. Rastie počet klientov, ktorí si kúpia iba časti dovolenkových ponúk. Nakupujú tak napríklad len pobyt v destinácií a dopravu si zaobstarajú na vlastné náklady. V Európe až 58 % turistov používa na dopravu do dovolenkových destinácií osobné auto a iba 11 % leteckú dopravu.

V ôsmom trende stúpa počet účastníkov s tzv. strednej triedy. Táto skupina si na svojej dovolenke tak povediac „vyhodí z kopýtka“ a nepozera na ceny. Vo svete sú to najmä Nemci, Angličania a v poslednom rade hlavne Rusi.

Vyhľadávanie dobrodružstiev, adrenalínových zážitkov, ale aj napríklad cvičenie jogy, bojové športy a iné aktivity, ktoré sa odlišujú od štandardného spôsobu života., to je témou deviateho trendu.

Desiaty trend vysvetľuje, že práve z dlhodobého hľadiska budú zákazníci vyhľadávať hodnotu, za ktorú budú platiť a nie nízke ceny ako to je v súčasnosti.

Od produktov a servisu k zážitkom. To vysvetľuje trend s číslom jedenásť. Charakteristickou črtou tohto cestovného ruchu je nezhoda medzi produktmi a službami, ktoré sú poskytované a očakávaniami jeho účastníkov.

Narastá nespokojnosť so službami a to vďaka s narastajúcou náročnosťou zákazníkov a možnostiam porovnávania týchto produktov.

Rastúci záujem o životné prostredie hľadanie takzvanej neskazenej prírody, vyhýbanie sa environmentálnej deštrukcií sa venuje trend dvanásť.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> HORNER S. a J. SWARBROOKE. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 26 s., ISBN 80-247-0202-9.

## 2 DRUHY CESTOVNÉHO RUCHU

Podľa miesta realizácie a vzťahu k platobnej bilancii hovoríme o domácom a aj zahraničnom cestovnom ruchu. Domáci cestovný ruch je zameraný pre domáceho návštevníka cestovného ruchu na území vlastnej krajiny. Zahraničný aktívny cestovný ruch – príjazdový (incoming, inboundtourism), je vytvorený pre zahraničných návštevníkov na území nášho štátu. Pre ekonomiku predstavuje príjem, nakoľko za všetky služby platí zahraničný klient podnikateľským subjektom cestovného ruchu danej krajiny v konvertibilnej mene, takže z hľadiska platobnej bilancie štátu predstavuje aktívum. Zahraničný pasívny cestovný ruch výjazdový (outgoing, outbound tourism) je usporiadaný za účelom vycestovania našich občanov do iných štátov. Predstavuje pre naše podnikateľské subjekty výdavky spojené s úhradou za služby, ktoré sú umožnené našim účastníkom cestovného ruchu v zahraničí v konvertibilnej mene. Zo strany platobnej bilancie predstavujú pasívum.<sup>9</sup>

Geografické hľadisko je vyjadrené v kombinácií uvedených základných druhoch CR do nasledujúcich kategórií. Kategória vnútorného CR pozostáva zo zahraničného a domáceho aktívneho CR, kategória národného CR tvorí domáci a zahraničný pasívny CR, kategória medzinárodného CR je kombináciou cestovania domácich návštevníkov za hranice krajiny a zahraničných turistov do domácej krajiny.<sup>10</sup>

Podľa dĺžky trvania pobytu sa dá rozdeliť cestovný ruch na krátkodobý a dlhodobý. Žiadna kniha neukazuje na presnú kvalifikáciu dĺžky jednotlivých pobytov. Tento problém sa prejavuje hlavne pri získavaní štatistických údajov, nakoľko niektoré krajiny pokladajú za krátkodobý cestovný ruch pobyt v rozsahu do troch prenocovaní (napr. Rakúsko), do 4 prenocovaní (Belgicko, Holandsko, Švajčiarsko), ale aj do 5 prenocovaní (Nemecko, Švédsko). Dlhodobý pobyt by nemal presahovať 12 – mesačný pobyt.

---

<sup>9</sup> GÚČIK, M. et al. *Výkladový slovník - cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 221 s. ISBN 80-10-08360-3.

<sup>10</sup> Recommendation on Tourism Statistics, WTO, Madrid, 2008, 2 s., ISBN 978-92-1-161521-0.

## 2.1 Formy cestovného ruchu

Každý súbor potrieb má určitú svoju vlastnosť, ktorá sa premieta v osobitných požiadavkách pre dosiahnutie úžitkového cieľa. Ten je rozhodujúcim činiteľom, podľa ktorého rozlišujeme jednotlivé formy cestovného ruchu. Formy cestovného ruchu vyjadrujú vlastnú podstatu cestovného ruchu, spôsob jeho realizácie, požiadavky účastníkov i organizátorov pri zabezpečení služieb a uspokojovaní potrieb. I keď v skutočnej praxi sa veľmi často stretávame s rôznou kombináciou jednotlivých foriem cestovného ruchu v rámci jedného produktu (zájazdu), teoreticky možno vyčleniť nasledovné hlavné formy. Poznáme rekreačný cestovný ruch, kultúrno – poznávací, náboženský, veľmi obľúbený v tejto dobe kúpeľný a liečebný cestovný ruch, športovo – turisticky, pre návštevníkov so záľubou agrotistiky poľnohospodársky cestovný ruch, vidiecky cestovný ruch a nie veľmi známy incetívny, ktorý pozostáva z exkurzií, tematických zájazdov. Pre turistov s cieľom niečo zažiť poznáme zážitkový cestovný ruch, pre dámy nákupný cestovný ruch a v tejto dobe obľúbený ekoturizmus.<sup>11</sup>

Medzi prvé a najznámejšie patrí rekreačný cestovný ruch. Rekreačný cestovný ruch je zameraný na rekreačné aktivity spojené s obnovou fyzických a duševných síl človeka vo vhodnom prírodnom prostredí. K základným aktivitám patria prechádzky, športová činnosť, poznávanie prírody a pamiatok. Pobyt v priaznivom prírodnom prostredí (členitosť terénu, klíma, slnečné žiarenie, čistota ovzdušia, voda). Tento typ cestovného ruchu má veľký vplyv na organizmus a duševnú pohodu človeka. Nadobúda stále väčší význam v súvislosti so zhoršujúcim sa životným prostredím v mieste trvalého bydliska a pracoviska. Má podobu individuálnej alebo rodinnej rekreácie, ktorú si účastníci organizujú sami vo vlastných zariadeniach (chata, rekreačná chalupa), resp. podobu organizovanej rekreácie v rekreačných zariadeniach podnikov, odborov, charitatívnych organizácií a rôznych spolkov. Na ponuku rekreačných pobytov pre rodiny s deťmi sa špecializujú aj mnohé hotely.

---

<sup>11</sup> KASPAR, C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1995. 123 s. ISBN 80-901166-5-5.

Súčasťou ich produktu, prispôbeného potrebám detí, je aj ponuka rôznych športových a rekreačných aktivít a zariadení (herňa pre deti, knižnica s detskou literatúrou, starostlivosť o deti s opatrovateľskou službou a pod.)<sup>12</sup>.

Kultúrny cestovný ruch predstavuje rozličné spôsoby uspokojovania duchovných potrieb ľudí (vzdelávanie, poznávanie, poučenie, zábava a pod.). V praxi má podobu návštev múzeí, galérií, kultúrnych pamätihodností, hudobných, divadelných i filmových festivalov, výstav, spoločenských a náboženských podujatí. Kultúrny cestovný ruch zvyšuje spoločenskú, kultúrnu a odbornú úroveň ľudí, a preto sa často kombinuje s inými druhmi cestovného ruchu, napr. kúpeľným, rekreačným, zdravotným či kongresovým<sup>13</sup>.

Kúpeľný liečebný cestovný ruch plní hlavne tri základné funkcie, medzi ktoré patrí regeneračná funkcia, rekreačná a zdravotná funkcia. Tieto funkcie majú za úlohu zosilnenie zdravia, eliminovanie negatívnych vplyvov životného prostredia a zníženie vplyvov, ktoré spôsobujú civilizačné choroby. Základnými predpokladmi, vďaka ktorým sa rozvíja kúpeľno – liečebný cestovný ruch je existencia prírodných liečebných zdrojov, vhodné liečebné prostredie. Kúpeľný cestovný ruch neponúka len účinky liečebných zdrojov, ale ponúka aj komplexnú kúpeľnú starostlivosť. Ako sú lekárske vyšetrenia, kúpeľné procedúry a pod. Na Slovensku je tento CR veľmi obľúbený keďže je Slovenská republika bohatá na liečebné zdroje. Najznámejšie kúpele sú Piešťany, Dudince, Bardejov a pod<sup>14</sup>.

Športovo – turistický cestovný ruch je cestovný ruch, ktorého hlavnou úlohou je uspokojovanie potrieb z hľadiska športového vyžitia prostredníctvom aktívnej účasti na vybranom športe ako je napríklad lyžovanie, surfovanie, jazda na koni, cykloturistika a pod. Druhou možnosťou spôsobu ako uspokojiť potreby je priama účasť na športovom podujatí.

Poľovnícky a lovecký cestovný ruch vyžaduje určité podmienky, ktoré sú nevyhnutné na poľovačku.

---

<sup>12</sup> GÚČIK, M. et al. *Výkladový slovník - cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 152 s. ISBN 80-10-08360-3.

<sup>13</sup> ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. časť. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2011. 148 s. ISBN 978-80-89090-93-8.

<sup>14</sup> FERNER, F. K.. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava, SPN 1993, 231 s., ISBN 80-7137-365-6.



Do týchto podmienok patria hlavne povolenia na odstrel, ošetrovanie trofeje, zorganizovanie lovu. Podnikateľské subjekty, ktoré sa zaoberajú týmto cestovným ruchom sa riadia zákonmi, ktoré upravujú ochranu prírody, poľovníctvo, rybárstvo a pod.

Vidiecky cestovný ruch predstavuje cestovný ruch, ktorý ponúka služby všetkých daností vidieka. Podnikateľský subjekt neponúka len ubytovanie a stravu ale aj doplnkové služby, ktoré sú premietnuté aktivitami orientované na chov koní, jazdu na koňoch, spracovanie surovín, zber lesných plodov a pod. Mimoekonomický význam má vidiecky cestovný ruch v udržiavaní miestnych tradícií a zvykov, v zblížení vidieckeho a mestského obyvateľstva a v ochrane krajiny či vytváraní zdravého prostredia.

Incentívny cestovný ruch sa orientuje na uspokojenie potrieb po určitom informovaní, vzdelaní, alebo získaní nových skúseností. Súčasťou tohto cestovného ruchu je uskutočňovanie odborných exkurzií a odborných tematických zájazdov pre okruh špeciálne orientovaných ľudí (študenti). Cestovné kancelárie organizujú tieto zájazdy v súlade s individuálnymi požiadavkami objednávateľa. Tie zájazdy sú oveľa viac nákladné a na organizovanie náročnejšie ako zájazdy, ktoré sú v štandardnej ponuke<sup>15</sup>.

Kongresový a konferenčný cestovný ruch má informatívno – poznávaciu funkciu, ktorá má za úlohu vytvorenie konferencií, výstav, kongresov. Organizovanie kongresového cestovného ruchu je veľmi atraktívne a ekonomicky zaujímavé pre krajiny, ktoré tie kongresy či konferencie organizujú. Prinášajú im okrem spotreby základných služieb cestovného ruchu aj možnosti ekonomického efektu formou spotreby špecifických služieb spojených so sprievodným programom a s odborným programom kongresu. Do skupiny incentívneho cestovného ruchu môžeme zaradiť aj cestovný ruch s náboženskou tematikou, t.j. religiózny cestovný ruch. Tento cestovný ruch sa orientuje hlavne na návštevy tradičných pútnických miest, resp. významných centier minulého alebo súčasného cirkevného života.

Pôvodné veľmi skromné podmienky na ubytovanie v tomto cestovnom ruchu sú postupne nahradené adekvátnymi službami pre uspokojovanie potrieb.

---

<sup>15</sup> HORNER S. a J. SWARBROOKE. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 37 s., ISBN 80-247-0202-9.

Náboženský cestovný ruch je niekedy v odbornej literatúre uvádzaný ako súčasť kultúrno – poznávacieho CR.<sup>16</sup>

Zážitkový CR vyhľadávajú klienti, ktorí túžia po adrenalíne, vzrušení. V minulosti sa turisti uspokojili s letom v balóne, potápaním a pod. V tejto dobre túžby klientov nemajú hraníc. Tieto služby môžu absolvovať len pri podpísaní vlastnej zodpovednosti za možné ohrozenie zdravia (napr. splavovanie divokých riek, skákanie z výšok – bungee jumping).

Ekoturizmus patrí medzi nové formy cestovného ruchu. Ekoturizmus je súčasťou trvalo – udržiavateľného cestovného ruchu, ktorý uspokojuje potreby zo strany ochrany životného prostredia vo vzťahu ku účastníkom cestovného ruchu na jednej strane a hostiteľským regiónom na strane druhej. Ekoturizmus je možné orientovať do prírodného prostredia pod jednou podmienkou, že nevytvorí negatívne podmienky či vplyvy na životné prostredie.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> GÚČIK, M. et al. *Výkladový slovník - cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 153 s. ISBN 80-10-08360-3.

<sup>17</sup> KUČEROVÁ, J. a A. STRAŠÍK a Ľ. ŠEBOVÁ. *Ekonomika podniku cestovného ruchu*, Banská Bystrica, Slovak-Swiss Tourism, 2010, 146 s. ISBN 978-80-89090-75-4.

### 3 ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU V STREDISKU/REGIÓNE

Región môžeme definovať ako základnú jednotku, na ktorú sa člení priestor, pričom slovo región predstavuje „... priestorovo zviazaný systém premenných, ktoré sú medzi sebou v silnejšej interdependencii ako iné premenné ...“, možno ho definovať aj ako „... subsystém priestorového systému štátu, bohato štruktúrovaný celok“, ktorý sa vyznačuje ekonomickými, geografickými, sociálnymi a kultúrnymi a ďalšími znakmi.<sup>18</sup>

Región cestovného ruchu môžeme chápať ako „územný celok vytvorený na základe podobných prírodných a civilizačných daností, charakteristických väzieb a znakov tak, aby sa v danom území dopad cestovného ruchu aj mohol prejavovať“.<sup>19</sup> Ďalším veľmi dôležitým pojmom, ktorý treba vymedziť je pojem stredisko cestovného ruchu. Tieto strediska cestovného ruchu tvoria všetky sídla, ktoré musia plniť funkcie cestovného ruchu z hľadiska prírodných vlastností určitého územia a z hľadiska vytvorených predpokladov, ktoré slúžia na realizáciu funkcií cestovného ruchu a ktoré spĺňajú podmienky dopravnej dostupnosti. Kaspar označuje stredisko cestovného ruchu za „miesto kryštalizácie turistického diania, ktoré sa stáva prostredníctvom faktorov atraktívnosti stredobodom pozornosti a cieľovým miesto v cestovnom ruchu“.<sup>20</sup> Niektorí rakúski autori tvrdia o určitom manévrovacom priestore, pod ktorým môžeme chápať napríklad všetky aktivity, dojmy a zážitky, ktoré môžu určité miesto sprostredkovať. Centrum cestovného ruchu predstavuje producenta cestovného ruchu. Za pomoci verejných dopravných ciest a dopravných systémov sa zabezpečuje prepojenie týchto jednotlivých priestorov, čo vytvára možnosti pre vznik nových príležitosti v cestovnom ruchu.

---

<sup>18</sup> TVRDOŇ J. a M. HAMALOVÁ a E. ŽÁRSKA. *Regionálny rozvoj*, ES EU Bratislava, 1995, 18 s.,

<sup>19</sup> Rozvoj regiónov cestovného ruchu v SR, 2003, štátny výskumný projekt č. ZP-532-020.

<sup>20</sup> KASPAR C. *Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Paul Haupt Bern und Stuttgart, 1991, 68 s., ISBN 978-3-638-37670-9.

Patria tu hlavne typické dovolenkové strediská ako napríklad kúpeľné strediská, strediská s víkendovým a výletovým cestovným ruchom a tak isto aj strediská s atrakciami cestovného ruchu.<sup>21</sup> V odbornej praxi sa však používa pojem destinácia.

Tento pojem je prebraný zo zahraničia, môžeme ho označiť ako územie v cestovnom ruchu, na ktorom sa uskutočňuje priamo cestovný ruch. V druhom prípade môže ísť o stredisko CR, región, krajinu alebo súbor krajín, ktoré predstavujú miesto a cieľ cestovania a dovolenkovania.

### **3.1 Produkt strediska/regiónu cestovného ruchu**

Účastník cestovného ruchu hodnotí stredisko za pomoci komplexu služieb, ktoré môže klient čerpať z balíka, ktorý mu bol poskytnutý. Produkt cestovného ruchu je tak výsledok celého rádu jednotlivých balíkov služieb, ktoré účastník počas pobytu využíva. Z hľadiska zákazníka je to vždy súbor služieb pre ktoré je charakteristické, že zákazník si produkt skladá zvyčajne sám, kombináciou rôznych služieb. Služba má nemateriálny charakter, tým pádom nie je možné službu vopred vyskúšať, preto pri ich ponuke majú dôležitú úlohu informácie.

V marketingu sa produkt rozdeľuje zvyčajne na tri úrovne na všeobecný produkt (jadro), ktoré tvorí ponuku služieb ako je napríklad preprava, prenocovanie a variabilnú primárnu ponuku cieľového miesta. Ďalej na očakávaný produkt, kde platí, že je to produkt, s ktorým sa zákazník priamo stretne a producent tohto produktu sa odlišuje od konkurencie. Patrí tu napr. prostredie, atmosféra, zľava pre stáleho hosťa alebo blahoželanie k sviatku.

Produkt je komplexný súbor zážitkov, preto pri jeho tvorbe musí producent spoznať jadro potrieb zákazníka, ktoré uspokojí jeho požiadavky a na koniec vytvorí očakávaný produkt. Tento vytvorený produkt musí byť v súlade s cenou, ktorá by mala splniť očakávanie zákazníka.<sup>22</sup>

Ďalším dôležitým faktorom v cestovnom ruchu, ktorý vplýva na produkt je ponuka.

---

<sup>21</sup> GÚČIK, M. et al . 2. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2010. 112 s. ISBN 978-80-89090-67-9.

<sup>22</sup> ORIEŠKA J., *Služby cestovného ruchu*, Banská Bystrica: Slovak – Swisstourism, 2011, 109 s. ISBN 978-80-89090-93-8.

Niektoré prvky ponuky strediska cestovného ruchu nie sú produkované špecificky ale sú produkované len nepriamo. Patrí tam napríklad vybudovanie turistických chodníkov, aktivity na zachovanie kultúrnych tradícií a pod. Hlavným dôvodom je to, že táto ponuka je založená z tzv. primárnej ponuky.<sup>23</sup>

### **3.1.1 Primárna ponuka a sekundárna ponuka**

Primárna ponuka nie je charakterizovaná len prírodnými predpokladmi (geografická poloha, klíma, vzhľad krajiny, fauna, vegetácia), ale môžeme zaradiť sem aj sociálno-kultúrne pomery (kultúra, tradícia, reč, náboženské a svetské stavby) a všeobecnú infraštruktúru (doprava, zásobovanie energiou a vodou, odstraňovanie odpadu a čistenie odpadových vôd).<sup>24</sup> Primárna ponuka nie je rozmiestnená rovnomerne v krajine a má aj rozličný stupeň atraktívnosti z hľadiska cestovného ruchu. S ohľadom na svoju jedinečnosť a neopakovateľnosť môže mať aj miestny, celoštátny a dokonca aj až medzinárodný význam. Súbor prvkov primárnej ponuky je zvyčajne motívom účasti na cestovnom ruchu.

Sekundárna ponuka vytvára podmienky nato, aby bolo možné vytvárať podmienky na využívanie primárnej ponuky a prispôsobuje sa jej. Ide o súbor zariadení a aj ich služieb, ktoré sú nevyhnutné na to, aby sa návštevník mohol v cieľovom mieste ubytovať, stravovať a vykonávať kultúrne a rekreačné aktivity, ktoré sú typické pre cestovný ruch. Objem a štruktúra zariadení závisí od charakteru primárnej ponuky, jej funkcií a významu. Odlišnú úlohu majú aj zariadenia všeobecnej infraštruktúry. Patria tam hlavne obchodné, zdravotnícke a komunálne infraštruktúry, ktoré ponúkajú služby nevyhnutné z hľadiska komplexnosti ponuky. Najdôležitejšou úlohou inštitúcií cestovného ruchu je zosúladiť prvky ponuky s aspektom na dopyt účastníkov cestovného ruchu. Sekundárna ponuka má za úlohu vytvárať ekonomickú činnosť, ktorá hlavne ovplyvňuje návštevnosť cieľového miesta a využívanie primárnej ponuky.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> FERNER, F. K. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava, SPN 1993, 209 s., ISBN 80-7137-365-6.

<sup>24</sup> KASPAR, C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1995. 136 s. ISBN 80-901166-5-5.

<sup>25</sup> SNIŠČÁK V. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava, Ekonóm 1997, 102 s., ISBN 80-85668-24-6.

### 3.2 Špecifiká riadenia rozvoja cestovného ruchu v regióne

Rozdelenie ponuky strediska na primárnu a sekundárnu napovedá rôznorodosť a komplexnosť služieb, ktoré sú ponúkané účastníkovi cestovného ruchu. Z toho vyplýva rôznorodosť jednotlivých poskytovateľov týchto služieb a existencia rôznych skupín na území strediska cestovného ruchu (napr. občianske združenia, dopravné podniky, územná samospráva ale aj hostia a pod.). Všetky tieto subjekty ovplyvňujú rozvoj a samozrejme aj charakter územia. Jednotlivé subjekty sa odlišujú od seba v mnohých smeroch a to s cieľmi svojich aktivít a postupmi na ich dosiahnutie, v názoroch na využívanie statkov a na narábanie so spoločnými prostriedkami. Pre tie odlišnosti dochádza často ku konfliktom, ktoré môžu mať charakter vecný ale aj osobný. Jeden z hlavných konfliktov sú problémy zo zlad'ovania podnikateľských zámerov podnikateľských subjektov a zámerov rozvoja regiónu cestovného ruchu.<sup>26</sup> Z veľkého množstva subjektov nachádzajúcich sa v stredisku, ktoré sa buď priamo alebo nepriamo podieľajú na tvorbe produktu strediska cestovného ruchu, možno vybrať určité subjekty alebo skupiny, ktoré majú najdôležitejší vplyv na produkt strediska cestovného ruchu. Pri identifikácii takýchto skupín možno vo všeobecnosti použiť rozhodovacie kritéria. Medzi ktoré patrí finančná sila, možnosť investovania prostriedkov do strediska cestovného ruchu, kritéria právomoci, ktoré určuje platná legislatíva a kritéria miery závislosti produktu destinácie od aktivít subjektov. Rozhodnutie, ktoré subjekty sú najdôležitejšie v určitom stredisku cestovného ruchu závisí od konkrétnych podmienok a môže sa v priebehu meniť. Stredisko cestovného ruchu možno chápať ako sieť vzájomných väzieb a závislosti medzi jednotlivými subjektmi. Charakter a kvalita prepojenia medzi subjektmi je dôležitým faktorom pre úspešnú existenciu strediska/regiónu cestovného ruchu na trhu cestovného ruchu. Úroveň spolupráce závisí od konkurencieschopnosti a od atraktivity územia. Nevyužitie existujúce šance, ktoré spolupráca ponúka, znamená mrhanie možnosťou vyjadrenia z anonymity množstva stredísk a regiónov cestovného ruchu s podobnými predpokladmi.

---

<sup>26</sup> GÚČIK, M. et al. 2. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2010. 116 s. ISBN 978-80-89090-67-9.

Hlavne v podmienkach stagnujúceho dopytu sa prejaví rozdiel medzi vývojom v jednotlivých strediskách a regiónoch.<sup>27</sup>

Myšlienky pre spoluprácu môžu vyplývať z požiadaviek hostí z dôvodu dosiahnutia čo najvyššej úrovne uspokojenia ich potrieb (napr. potreba sa ubytovať pri lyžiarskom vleku) alebo z prevádzkovo – ekonomických dôvodov s cieľom úspory nákladov a zjednodušenia organizácie (napr. spoločné animované programy, spoločné školenia, propagačné akcie, atď.).<sup>28</sup>

Väzby, ktorými sú jednotlivé subjekty pospájané, odôvodňujú významné postavenie kooperácie medzi nimi. Pritom to môže byť najjednoduchšia forma, vzájomný dialóg a výmena skúsenosti až napríklad dialóg o spoločnom logu, propagačných aktivitách či spoločnom rezervačnom systéme.

---

<sup>27</sup> ORIEŠKA J. *Služby cestovného ruchu*, Banská Bystrica: Slovak – Swisstourism, 2011, 111 s. ISBN 978-80-89090-93-8.

<sup>28</sup> HORNER S. a J. SWARBROOKE. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 48 s., ISBN 80-247-0202-9.

## 4 ZÁKAZNÍCI V CESTOVNOM RUCHU

V tejto časti diplomovej práci bude priblíženie dôležitého pojmu a to pojmu zákazník cestovného ruchu. Zákazník cestovného ruchu je najdôležitejší faktor z hľadiska návštevnosti, kvality a spokojnosti. Bez zákazníka by neexistoval žiaden tovar, služby a celkovo žiaden cestovný ruch, pretože bez zákazníka by tento smer nemal kto využívať. Už od dávna je známe, že návštevník je najdôležitejšou súčasťou podniku. Podľa viacerých spisovateľov je práve zákazník tou najdôležitejšou súčasťou podniku, či trhu. Veľa ľudí si myslí, že zákazník je závislý od trhu a od fungujúcich firiem na ňom, ale je to presne naopak. Podnik je závislý na zákazníkovi. Zákazník je ten, ktorého potreby uspokojujeme za niektorú formu z platieb, buď sú to peniaze, čas alebo goodwill. V tejto časti mojej práce sa budem venovať pojmom ktoré súvisia s oblasťou zákazníka v cestovnom ruchu. Patria tu motivačné a determinujúce faktory, typológie turistov a ich chovanie.

Motivačné faktory sú také faktory, ktoré vedú ľudí k potrebám rekreácií, dovolenkám alebo k potrebám rôznych aktivít prevádzkovaných vo voľnom čase. Tieto faktory sú dvojitého druhu. Najprv tie, ktoré určujú, či zákazník bude alebo nebude môcť ísť na dovolenku. Druhý typ týchto faktorov určuje, aký typ výletov alebo ciest budú môcť podniknúť za predpokladu, že bude môcť klient ísť na dovolenku. V krátkosti povedané, kam pôjde, kedy pôjde a čo bude robiť na cieľovom mieste.<sup>29</sup>

Motivačné faktory sa dajú vedieť rozdeliť na kategórie. Prvou sú fyzické motivačné faktory, kde patrí relaxácia, športové aktivity, klíma prostredia, následne sú to emociálne motivačné faktory, kde môžeme zaradiť fantáziu, estetiku, milostný vzťah, či nostalgiu, ďalej tam patria kultúrne faktory (gastronómia, prehliadky pamiatok, poznávanie histórie). V tejto súčasnej dobe patrí do motivačných faktorov aj postavenie. Kde úlohu tvorí exkluzivita a módnosť.

Ako posledný motivačný faktor a veľmi dôležitý je osobný rozvoj, do ktorého sa zaraďuje učenie cudzích jazykov alebo získavanie nových znalostí.

---

<sup>29</sup> HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 64 s., ISBN 80-247-0202-9.



Je dôležité si uvedomiť pri týchto motivačných faktoroch, že rôzni zákazníci majú rôzne motivačné faktory pre kúpu toho istého produktu alebo služby.<sup>30</sup>

Determinujúce faktory určujú, či zákazník bude vôbec môcť niekam ísť. Patria medzi ne výška disponibilného príjmu, pracovné a rodinné záväzky, množstvo voľného času. Ďalšími faktormi určujúcich typ dovolenky, ktoré si zákazník bude môcť dovoliť sú dostupnosť vhodných produktov, ktoré mu budú ponúknuté, dostupnosť informácií o daných produktoch, bývalé skúsenosti zákazníkov, ich rodín a príbuzných. Veľmi dôležitým faktorom sú predstavy zákazníkov o rôznych typoch dovolenkových a konkrétnych cieľoch ciest. S tým súvisia aj faktory z hľadiska cien typov dovoleniek s ním spojené výkyvy menových kurzov. Medzi naozaj podstatné sú názory ostatných členov skupiny, s ktorou má zákazník cestovať, a určité okolností, lákajúce zákazníka do miest, ktoré by inak nenavštívil.<sup>31</sup>

#### **4.1 Typológia turistov a ich chovanie**

Musíme si uvedomiť, že veľa údajov sa zakladá na rozdelení turistov do určitých kategórií, ale pritom je rovnako dôležité pochopiť, ako turisti chápu sami seba. Existuje názor, že turista je niekto, kto kupuje zájazd ako balíček dopredu zostavených služieb, zatiaľ čo cestovateľ je človek, ktorý si dovolenku plánuje sám a nezávisle. Preto veľa ľudí, ktorí kupujú balíčky, chcú vidieť samých seba ako cestovateľov. Pracovníci marketingu, hlavne zamestnanci v cestovných kanceláriách vychádzajú týmto zákazníkom v ústrety a predávajú im predstavu, že ich produkt nie je balíček, ale naopak ide o „voľný program“ pre nezávisle sa rozhodujúcich sa cestovateľov. Zákazník tak kupuje predstavu o sebe samom, ktorá je len priáním ale nie realitou.

Sociológ Cohen delí turistov na štyri typy. Prvým typom je organizovaný masový turista.

---

<sup>30</sup> GÚČIK, M. at al. *Výkladový slovník - cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 121 s. ISBN 80-10-08360-3.

<sup>31</sup> HORNER S., SWARBROOKE J., *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 66 s., ISBN 80-247-0202-9.

Je to turista, ktorý si kupuje dovolenku ako balíček služieb, vyberá si populárnu destináciu, väčšinou ide spoločne so skupinou priateľova často trávi väčšinu dovolenky v hoteli alebo v jeho okolí.

Individuálny masový turista je človek, ktorý si kupuje voľnejší balíček umožňujúci väčšiu slobodu pohybu, napríklad letecký zájazd kombinovaný s použitím prenajatého automobilu.

Následne označil turistu prieskumníka, (objavitel'), ktorý si plánuje svoju cestu sám, zámerne sa vyhýba kontaktu s inými turistami a pokúša sa zoznamovať s miestnym obyvateľstvom.

Turista – tulák sa chce stať súčasťou miestnej komunity i keď len na určitý čas. Tento turista nemá žiaden vopred pripravený itinerár a snaží sa dištancovať od akýchkoľvek foriem cestovného ruchu.

Cohen taktiež delí turistov podľa typu zážitkov a to na rekreačného turistu, ktorý preferuje fyzickú rekreáciu nad kultúrnou alebo spoločenskou náplňou.

Ďalej je to diverziálny turista, ktorý sa snaží zabudnúť na starosti každodenného života, zážitkový turista, ktorý vyhľadáva autentické zážitky experimentálneho turistu, ktorý hľadá užšie kontakty s miestnou kultúrou, veľmi zriedkavým turistom je existenciálny, ktorému ide o úmysel naplno sa ponoriť do cudzích kultúr a životných štýlov.<sup>32</sup>

Samozrejme je, že týmto odlišným skupinám turistov je potrebné podávať odlišné informácie o ponúkanom produkte.

Smith identifikoval sedem typov turistov. Prvým boli objavitelia, patria k malej skupine ľudí. Obmedzuje ich skutočnosť, že je stále menej a menej miest, kde sa dá niečo objavovať. Následne sú to elitní turisti, tí sú skúsení cestovatelia a vyberajú si drahé cesty. Nekonvenční turisti sa snažia uniknúť ostatným turistom. Neobvyklí turisti podnikajú individuálne výlety mimo organizovaný program, aby sa zoznámili s miestnou kultúrou.

---

<sup>32</sup> HORNER S., SWARBROOKE J., *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 67 s., ISBN 80-247-0202-9.

Následne tam patria nastavajúci masoví turisti, ktorí cestujú do zavedených rekreačných centier, kde turistika ešte nedominuje. Vyhľadávajú skôr to čo im je bližšie a nie miestnu kultúru.

Masoví turisti sú súčasťou masového toku, očakávajú štandardy zariadení, podobné aké majú doma. Na poslednom mieste patria charteroví turisti, ktorí sa zaujímajú o cieľ cesty len veľmi málo, alebo sa vôbec nezaujímajú za predpokladu, že si užijú dovolenku len podľa svojich predstáv, čo znamená, že budú mať úroveň stravovania a ubytovania, na ktorý sú zvyknutí.<sup>33</sup>

## 4.2 Faktory obmedzujúce použitia typológie turistov

Obmedzujúcich faktorov existuje strašne veľa. Medzi najznámejšie patria efektívnosť využitia typológie. Efektívne využitie typológie by vyžadovalo podrobné údaje o zákazníkoch a ich postojoch. Tieto údaje v oblasti cestovného ruchu chýbajú a ich zhromažďovanie je nákladné a problematické, pretože turisti pokladajú za nepochopiteľné popisovať výskumným pracovníkom, jak sa chovajú a prečo sa tak chovajú.

Prevažná časť typológie neberie fakt, že zákazník sa môže presúvať medzi jednotlivými typmi v reakcii na rôzne činitele ovplyvňujúce jeho správanie. Tieto činitele môžu zahrňovať napríklad zmeny množstvá peňazí alebo tiež množstva voľného času, ktoré má k dispozícii, fakty vzniknuté z rodinných dôvodov, ochorení, nutnosťou kompromisu s názormi ostatných členov skupiny, s ktorými sa chystá tráviť dovolenku<sup>34</sup>.

Väčšina typológia je najmenej 10 rokov stará a preto neodráža zmeny chovania zákazníkov, ktorým došlo v posledných rokoch. Ďalšou slabosťou týchto modelov je z pohľadu európskych organizácií a to skutočnosť, že bývajú buď založené na amerických poznatkoch alebo sú „medzinárodné“. Nepredpokladá sa žiadne národné a kultúrne odlišnosti. My však vieme, že v modeloch chovania turistov sú výrazne národne odlišnosti.

---

<sup>33</sup> HORNER S., SWARBROOKE J., *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 67 s., ISBN 80-247-0202-9.

<sup>34</sup> SNIŠČÁK V. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava, Ekonóm 1997, 110 s., ISBN 80-85668-24-6.

## 5 POSTAVENIE CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU

Kde je cestovný ruch dnes ? Túto otázku si kladie veľa odborníkov veľmi často. Odpoveď nezníe veľmi vábne – v plienkach. V porovnaní s ostatnými krajinami susediacimi so Slovenskom a vo väčšine s krajinami EÚ vykazuje Slovenský cestovný ruch iba zlomok. Podiel CR na tvorbe HDP je na Slovensku v porovnaní s priemerom EÚ iba 20 %. V druhej polovici 90. rokov sa cestovný ruch rozvíjal v prostredí, v ktorom nepriaznivo pôsobili rôzne skutočnosti, hlavne negatívny vývoj hospodárstva SR ako celku, legislatívne a daňové podmienky pre rozvoj podnikania, negatívny imidž Slovenska po roku 1994 s dosahom na aktívny cestovný ruch. Tieto poznatky, ako aj minimálna podpora a pozornosť zo strany štátu v porovnaní s krajinami V4 spôsobili, že cestovný ruch nevyužíval rastový potenciál a jeho vývoj nedosahoval dynamiku okolitých krajín.<sup>35</sup>

Tabuľka 1: Porovnanie výdavkov, príjmov, prenocovaní, agentúr V4

	SR	ČR	PL	HU
<b>Výdavky na propagáciu krajiny (v mil. USD)</b>	<b>2,1</b>	<b>5,5</b>	<b>8</b>	<b>41</b>
<b>Príjmy z aktívneho turizmu (v mld. USD)</b>	<b>0,9</b>	<b>3,5</b>	<b>4,1</b>	<b>4</b>
<b>Počet prenocovaní cudzincov (v mil.)</b>	<b>4,9</b>	<b>17</b>	<b>7,9</b>	<b>10</b>
<b>Počet zahraničných zastúpení marketingovej agentúry</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>12</b>

Zdroj: autor práce, 2015

Európsky trh predstavuje veľké konkurenčné prostredie. Priamou konkurenciou sú hlavne susedné suchozemské krajiny. Porovnanie Slovenska s týmito krajinami nie je veľmi pozitívne.

<sup>35</sup> MACHYNOVÁ, M. , *Štruktúrna politika EÚ a jej potenciál pre rozvoj cestovného ruchu na Slovensku*

Zaostávame aj za takými susednými krajinami, ktoré majú rovnaké východiskové podmienky ako my. Pritom Slovenská republika má v oblasti potenciálu cestovného ruchu porovnaní s týmito štátmi východy.

Prírodné podmienky Slovenska sú geomorfologicky najzaujímavejšie. Vytvárajú zaujímavú paletu cestovného ruchu nielen z oblasti zalesnenia krajiny a množstve minerálnych a termálnych vôd takmer po celom území, ale aj v zachovanej ľudovej architektúre, kultúrnohistorických pamiatkach, v priaznivej dostupnosti rozhodujúcich stredísk cestovného ruchu pre návštevníkov zo zahraničia a v už vybudovanej infraštruktúre horského cestovného ruchu. Táto infraštruktúra si však vyžaduje modernizáciu a marketing.<sup>36</sup>

Kvalita služieb rastie na Slovenku veľmi pomaly a nevyrovnane. Základný obrat v kvalite a priblíženie sa k medzinárodnému štandardu Slovensko ešte nedosiahlo. Hlavným problémom nie je nízka dostupnosť investičných zdrojov, ale najmä motivácia, návyky a zotrvačnosť, ktoré ľuďom veľmi chýbajú.<sup>37</sup>

Produktom cestovného ruchu je celé územie Slovenska, ktoré sa ponúka návštevníkom. Služby sú preto sekundárnou záležitosťou. Cieľom, ktorý ma turista nie je hotel, spánok a stravovanie, ale pohyb konkrétnom mieste. Zaujíma ho príroda, dejiny a kultúrna krajiny, šport, turistika. Produkt cestovného ruchu nie typický produkt, ktorý je zákazníkom „spotrebovávaný“, ale opakovane využívaný a prináša mi hlavne zážitky. Charakter zážitkov majú spravidla multiplikačný efekt, pretože na rozdiel od iných produktov sa zákazníci sa o tieto zážitky zvyknú deliť s veľkým počtom ľudí a vytvárať tak sprostredkovanú predstavu o vhodnosti či nevhodnosti produktu. Odvetvie cestovného ruchu musí byť pripravené na inovačné trendy. Na rýchle reagovanie ponuky na dopyt klientov, pretože len tak si zachová schopnosť konkurencie. Jeho produkty musia byť rozoznateľné od produktov okolitých krajín, aby si Slovensko zachovalo jedinečnosť svojho turistického obrazu.

---

<sup>36</sup> GÚČIK, M. et al. 2. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2010. 121 s. ISBN 978-80-89090-67-9.

<sup>37</sup> BOROVSÝ, J., *Popis Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava: IURA Edition, 2008. 162s. ISBN 978-80-8078-215-3 .

Preto sa musia rozvíjať produkty, ktoré sú atraktívne, žiadané a úspešne predajné na našich zdrojových trhoch. Rozvoj produktov sa musí realizovať na dvoch úrovniach – centrálnej a regionálnej.

Úlohou centra je podporovať tie formy cestovného ruchu a jeho produkty, ktoré sú z hľadiska podpory zahraničnej návštevnosti krajiny prioritné.

Produkt cestovného ruchu má predovšetkým regionálny charakter. Úlohou regiónov je rozvíjať produkty, tie ktoré majú najlepšie podmienky na predaj a ponuku. Tvorba produktov cestovného ruchu sa musí preniesť hlavne do regiónov, kde hlavnými nositeľmi tejto úlohy sú miestne a regionálne združenia v spolupráci s podnikateľskými subjektmi. Ich úlohou je napríklad budovanie náučných chodníkov, tematických ciest, ako aj ponuka a predaj výrobkov tradičných remesiel v turisticky navštevovaných oblastiach. Väčšina produktov na Slovensku má sezónny charakter. Stále máme málo atrakcií na predĺženie sezónnosti, najhoršie je, že sezóny sú krátke, čo núti prevádzkovateľa maximalizovať zisky za krátke obdobie sezóny. Podnikatelia musia hľadať a nájsť možnosti ako predĺžiť hlavnú sezónu a optimálne rozložiť dopyt na ostatné časti roka.<sup>38</sup>

## **5.1 Strategické ciele rozvoja cestovného ruchu**

Na trhu cestovného ruchu treba hlavne venovať pozornosť inovácií ponúkaného produktu, Dôkazom toho, že záujem nie je taký veľký je 70 % podiel dovolenkárov, ktorí uprednostňujú dovolenku pri mori pred dovolenkou na Slovensku. Len malo cestovných kancelárií sa venuje organizovaniu pobytov v rámci domáceho cestovného ruchu a aktívneho zahraničného cestovného ruchu. Väčšina cestovných kancelárií ponúka naším turistom dovolenky do zahraničia. Tento trend je potrebné zmeniť.

---

<sup>38</sup> BOROVSÝ, J., *Popis Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava: IURA Edition, 2008. 162s. ISBN 978-80-8078-215-3.

Formy cestovného ruchu, pre ktoré má Slovensko najlepšie predpoklady a ktoré treba v priebehu najbližších rokov podporovať a hlavne rozvíjať sú zdravotný a kúpeľný cestovný ruch, zimný cestovný ruch, mestský a kultúrny cestovný ruch, letná horská a vodná turistika a na poslednom mieste vidiecka turistika - agroturistika<sup>39</sup>.

V rámci týchto typov ide o predstavenie určitých mestských celkov a osídlení s ich architektúrou, kultúrou, históriou, zvykmi, folklórom, remeslami, gastronómiou, ktoré nás odlišujú od okolia a robia Slovenskú republiku jedinečnou. Iný význam majú rôzne kultúrne podujatia, festivaly, jarmoky a predstavenia kultúrneho dedičstva zapísaného do zoznamu UNESCO.

Veľké množstvo hradov a zámkov s ich potenciálom využitia pre cestovný ruch dáva šancu využiť ich po určitej rekonštrukcii a modernizácii ako ubytovanie zariadenia. Prírodné bohatstvo, ktoré má podobu termálnych prameňov a liečebných kúpeľov dáva Slovensku veľkú šancu prilákať k nám klientelu, ktorá vyhľadáva oddych, zdravie, a rehabilitáciu. Existuje nový trend a to fitness – wellness pobyty, ktoré popri tradičným kúpeľným službám vytvárajú nové príležitosti na tvorenie produktov pre klientov všetkých vekových kategórií. Kúpele treba čo najskôr zmodernizovať a v zahraničí propagovať.

Zimný cestovný ruch a športy sú pre Slovensko dôležitými formami, pre ktoré má naša krajina kvalitné podmienky. Lyžiarske strediska musia garantovať pre svojich klientov dostatok snehu, preto bude mať umelé zasneženie lyžiarskych stredísk veľký význam, pretože vďaka tomu sa dá predĺžiť aj sezóna daného strediska.<sup>40</sup>

Rozvoj vidieckeho cestovného ruchu a agroturistiky dáva možnosť využiť potenciál slovenského vidieka na ponuku produktov klientom cestovného ruchu. Slovensko má veľké príležitosti na ubytovacie služby na gazdovských dvoroch, zachovanie typických vidieckych architektúr. Tiež je možnosť využitia poľnohospodárskych prác, zberu úrody.

Veľký význam má vidiecka turistika a agroturistika pre stabilizáciu a ekonomické zabezpečenie vidieckeho obyvateľstva, pretože toto podnikanie môže mať priaznivý vplyv na zníženie nezamestnanosti v niektorých regiónoch Slovenska.

---

<sup>39</sup> SNIŠČÁK V. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava, Ekonóm 1997, 124 s., ISBN 80-85668-24-6.

<sup>40</sup> FAJTAN E. a J. PAŠTIÁK. *Regionálny rozvoj Slovenska, východiská a súčasný stav*, SAV Bratislava, 2004, 98 s. ISBN 8008554403500.

Dôležitý význam bude mať rozvíjajúci sa ekoturizmus, ktorý naplní zámery v oblasti trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu v súlade s podmienkami v EÚ.<sup>41</sup>

## **5.2 Regionálne aspekty stratégie cestovného ruchu**

Regionálna organizačná štruktúra cestovného ruchu musí byť budovaná predovšetkým zdola, musí mať rozhodovacie vlastnosti a vlastné zdroje financovania, aby subjekty, ktoré sú zúčastnené boli priamo zúčastnené na aktívnej spolupráci s centrom. Preto je dôležité prijať zákon o miestnych a regionálnych združeniach cestovného ruchu. Nariadenia tohto zákona by mali vychádzať zo združovania územnej samosprávy podľa zákona o obecnom zriadení, mali by priamo stanoviť spoluúčasť štátnych orgánov, presne určiť pôsobnosť medzinárodnej, regionálnej a miestnej samosprávy vrátane euroregiónov. V dôsledku združení cestovného ruchu bude ohrozený priestor aj pre turisticko–informačne kancelárie, ktoré budú základnými stavebnými prvkami pri zakladaní celoslovenského jednotného informačného systému cestovného ruchu. V obciach ide hlavne o vybudovanie kvalitných, udržiavaných a medzinárodným štandardom zodpovedajúcich ubytovacích a stravovacích zariadení s dostatočnou kapacitou a štruktúrou, so súborom doplnkových služieb, ktorými musí pracovať každá lokalita, obec, mesto či stredisko, ak sa chce stať súčasťou ponuky cestovného ruchu. Dôležité je spájať aktivity viacerých obcí. Spoločným pracovaním na marketingovom postupe je niekoľkonásobne vyššia pravdepodobnosť vyššej efektivity pri získavaní nových turistov než pri izolovaných krokoch. Taktiež spojením finančných prostriedkov obcí možno vytvoriť kvalitnú konkurencieschopnú marketingovú kampaň, ktorá veľmi pomôže pri získavaní nových turistov i z väčšej vzdialenosti.

Mikroregión má hlavne rozvojové a riadiace úlohy, je nutné mikroregión spojiť s inými susedmi, pretože atrakcie len jedného mikroregionu sú nepostačujúce na povzbudenie návštevnosti. Tak isto je veľmi dôležité financovanie mikroregiónu prerzdelením časti miestnych daní obcí.

---

<sup>41</sup> FAJTAN E. a J. PAŠTIÁK. *Regionálny rozvoj Slovenska, východiská a súčasný stav*, SAV Bratislava, 2004, 99 s. ISBN 8008554403500.



Región je zakladateľom regionálnych združení cestovného ruchu, ktorých úlohou je tvorba produktov a ich zaradovanie sa na trh. Dôležité je stanoviť zdroje na regionálny rozvoj aktivít cestovného ruchu. Od roku 2013 vzrástol význam regionálneho manažmentu využívania štrukturálnych fondov z EÚ, i keď v regiónoch stále chýba pripravenosť na takúto činnosť. Dôležitým dokumentom, ktorý je potrebný pri využívaní umiestňovania investícií cestovného ruchu na území krajiny.

Je to dokument o regionalizácii cestovného ruchu Slovenskej republiky. Určuje poradie priorít všetkých regiónov na Slovensku a to podľa miery nezamestnanosti a potenciálu cestovného ruchu.<sup>42</sup>

### **5.3 Kategorizácia regiónov**

Medzi regióny s najvyššou prioritou patria Horehronský región, v ktorom sa propaguje zjazdové lyžovanie, letné pobyty v horskom prostredí, vidiecky cestovný ruch či kúpeľníctvo. Následne tam patrí Liptovský región, kde sa podobne využíva zjazdové lyžovanie, letné pobyty pri vode, jaskyne a speleológia. Medzi najnavštevovanejšie patrí Tatranský región, ktorý je známy letnými pobytmi v horskom prostredí, pešia turistika, zjazdové lyžovanie, vidiecky cestovný ruch. Najvyššiu prioritu má aj Šarišský či Gemerský región.

Medzi regióny s vysokou prioritou môžeme zaradiť Košický región, ktorý ponúka spoznávanie pamiatok, pobyty pri vode, jaskyne. Ďalej Pohronský región je známy kúpeľníctvom pobytmi v lesnom prostredí, pobytmi pri vode, Spišský región v ktorom má hlavnú úlohu pešia turistika, vidiecky cestovný ruch, jaskyne. K týmto regiónom s vysokou prioritou patrí aj Ipel'ský či Severopovažský región.

K regiónom so strednou prioritou patrí Hornozemplinský, Nitriansky, Podunajský, Oravský či Turčianský región. Po regiónoch so strednou prioritou nasledujú regióny s nižšou prioritou. Tam zaradujeme Hornonitrianský, Dolnopovažský, Strednopovažský a Bratislavský región.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> ORIEŠKA J., *Služby cestovného ruchu*, Banská Bystrica: Slovak – Swisstourism, 2011, 73 s. ISBN 978-80-89090-93-8.

<sup>43</sup> BEŇUŠKOVÁ Z., et al. *Tradičná kultúra regiónov Slovenska*, VEDA, 2005, 23 s. ISBN 8022408530.

Najdôležitejšou zásadou pritom je, že potenciál nie je možné rozvíjať vo všetkých regiónoch naraz a samozrejme, že nie je možné všetky regióny rozvíjať rovnakým tempom. Preto je veľmi dôležité určiť priority. Podpora rozvoja cestovného ruchu v určitých regiónoch by sa mali zameriavať na tie aktivity, ktoré v danom regióne majú najväčší úspech zo strany návštevníkov.

Klasifikovanie územia krajiny do regiónov má veľký zmysel pri investičných a rozvojových aktivitách. Nemôže to prejsť na takú úroveň, že regióny budú chcieť rozvíjať všetky svoje danosti.

Decentralizácia štátnej správy premiestnila zodpovednosť na rozvoj cestovného ruchu na územie samosprávy – vyššie územné celky s hlavným cieľom a to zvýšiť efektívnosť štátnych služieb.<sup>44</sup>

Domáci hostia v posledných rokoch si vyberajú jednoduchšie ubytovacie zariadenia nižších kategórií a tried. Touto príčinou je hlavne solventnosť slovenskej klientely, ktorá vyplýva z nízkej priemernej mzdy a zmenšujúcej sa strednej vrstvy obyvateľstva. V zahraničí je tento trend pomalší, ale taktiež existuje. Z tohto vyplýva, že na Slovensko chodia nie veľmi nároční návštevníci a to hlavne z Poľska a Českej republiky, ktorých hlavným a najdôležitejším kritériom je cena a uspokojia sa aj so súčasnou nižšou úrovňou poskytovaných služieb.<sup>45</sup>

Nato aby slovenský cestovný ruch mal záruku úspešnosti v ostrej medzinárodnej konkurencii bude zachovanie vyhovujúceho pomeru kvality a ceny. Rozvoj cestovného ruchu nemožno dlhodobo budovať na princípe nízkych cien, i keď to prináša zisk. Turistov neodrádza vysoká cena, ale nekvalitná služba, ktorá je nízka porovnané k cene. V tomto zmysle je veľmi dôležité zmeniť postoj poskytovateľov služieb k cenotvorbe.

To neznamená, že cena v cestovnom ruchu nemá rásť ale kvalita služieb má rásť rýchlejšie.

---

<sup>44</sup> BALÁŽ V. *Regionálny management cestovného ruchu v Slovenskej republike v rámci politiky EÚ*, Prognostický ústav SAV, 1994, 119 s. ISBN 0862-9137.

<sup>45</sup> RÝGLOVÁ, K. a M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ., *Cestovní ruch- podnikateľské princípy a príležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011, 209 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Iba týmto spôsobom budú môcť podnikateľské subjekty zabezpečiť rozšírenú reprodukciu. Celkovo veľký vplyv na dosiahnutie úspechu bude mať veľkosť pridanej hodnoty, lebo nedá sa vždy konkurovať cenovou hladinou.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> IVANOVIC Z., *Zdroje financovania podnikov cestovného ruchu. Aktivizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, 2.časť*, Bratislava: JAMEX,1998, 144 s. ISBN 80-967910-3-6.

## 6 PODPORA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU A ZDROJE JEHO FINANCOVANIA V REGIÓNOCH

Podpora cestovného ruchu v rámci regionálneho cestovného ruchu vyžaduje komplexný systém podpôr a nástrojov na národnej, regionálnej ale i lokálnej úrovni. Túto podporu rozvoja cestovného ruchu je dôležité chápať aj v širšom poňatí, nie len vo forme ekonomických či finančných podpôr.

Podpora cestovného ruchu, ktorá je súčasťou územia je zložkou regionálnej politiky, ktorá predstavuje „ *cieľavedomé pôsobenie štátnej správy a samosprávy na dynamiku a štruktúru rozvoja regiónov a na zmeny v podmienkach a štruktúre priestorového usporiadania národného hospodárstva* „<sup>47</sup> Dôvodom je hlavne skutočnosť, že vyriešenie problémov v cestovnom ruchu je reálne len v súčinnosti s komplexnou regionálnou politikou. Zároveň regionálna politika sleduje hlavne tieto ciele. Cieľ zabrániť hospodárskej a sociálnej zaostalosti veľmi ťažko prispôsobivých regiónov v prechode na nové spoločenské a ekonomické podmienky. Cieľ zabezpečovať vyrovnaný hospodársky a sociálny rozvoj regiónov a obmedzovať rozdiely v oblastiach sociálnych, kultúrnych a infraštruktúrnych podmienok obyvateľstva. Tieto ciele veľmi ovplyvňujú aj oporné aktivity v rámci rozvoja cestovného ruchu v územiach.

Regionálna politika sa realizuje za pomoci programových dokumentov a nástrojov. Sústavu programových dokumentov regionálnej politiky tvoria strategický plán regionálneho rozvoja, regionálne programy rozvoja a koncepcie rozvoja kraja. Úlohou ekonomických nástrojov regionálnej politiky by malo byť hlavne vytváranie kvalitného podnikateľského prostredia, ktorý má cieľ podporu vlastných síl stredísk a regiónov a lokalizácia začiatočného kapitálu do problémových regiónov s tým, že sa vytvoria podmienky pre jeho aspoň čiastočnú návratnosť<sup>48</sup>

V súvislosti s financovaním rozvoja regionálneho cestovného ruchu je možné spomenúť viacero zdrojov.

---

<sup>47</sup> TVRDOŇ J. a M. HAMALOVÁ a E. ŽÁRSKA, *Regionálny rozvoj*. Bratislava: Ekonóm, 1995, 118 s. ISBN 80-225-0671-0.

<sup>48</sup> BAUER R. et al. *Dobré spravovanie rozvoja regiónov – výzva pre Slovensko*. Košice: KRI, 2010, 167 s. ISBN 978-80-970368-0-5.

Na miestnej úrovni dôležité hlavne prostriedky mestského úradu (príjmy z miestnych daní a poplatkov, výnosy z majetku obce, úvery, účelové dotácie), okresných úradov a krajských úradov. Združené prostriedky týchto subjektov v rámci kompetencií, ktoré v spojení s cestovným ruchom na území majú

Z verejných zdrojov financovania prichádza v budúcnosti do úvahy Fond na podporu rozvoja cestovného ruchu . Z tohto fondu by bolo možné podporovať regionálny rozvoj cestovného ruchu a to napríklad rôznymi príspevkami na prezentáciu regiónov, na výstavbu alebo na modernizáciu infraštruktúry cestovného ruchu. Na podporu regionálneho rozvoja je možné prijať aj štátne fondy, ako sú napr. štátny fond životného prostredia, štátny podporný fond pôdohospodárstva a potravinárstva, fond kultúry PRO SLOVAKIA a ďalšie.<sup>49</sup>

## **6.1 Podpora rozvoja cestovného ruchu na úrovni Európskej únie**

Na úrovni Európskej únie bol vypracovaný materiál Zelená kniha, táto kniha hovorí o úlohe Únie v cestovnom ruchu. Spomenutý materiál vymedzuje hlavné aktivity Európskej únie v oblasti podpory rozvoja cestovného ruchu a nástroje tejto podpory. Pre tieto účely boli vytvorené program na podporu európskeho cestovného ruchu „Philoxenia“. Najdôležitejším cieľom tohto programu je rast kvality a konkurencieschopnosti európskeho cestovného ruchu so zámerom rozvoja a rastu zamestnanosti. V nadväznosti na tento cieľ sú formulované čiastkové ciele. Ako prvým je zlepšenie poznatkov v oblasti cestovného ruchu za pomoci sprostredkovania údajov v cestovnom ruchu. Ďalším je zlepšenie právneho a finančného prostredia pre cestovný ruch za pomoci rozvoja spolupráce členských štátov a spolupráce s ekonomickými subjektmi a ostatnými zapojenými. Zlepšenie kvality európskeho cestovného ruchu podporou čistého cestovného ruchu a zbavovaním sa zábran rozvoja cestovného ruchu a ako posledným cieľom je rast počtu návštevníkov z tretích krajín za pomoci reklamy zameranej na Európu ako destináciu pre cestovný ruch.

---

<sup>49</sup> TVRDOŇ J. a M. HAMALOVÁ a E. ŽÁRSKA, *Regionálny rozvoj*. Bratislava: Ekonóm, 1995, 122 s. ISBN 80-225-0671-0.

V súvislosti s regionálnym rozvojom bol v Európskej únii vytvorený Európsky fond regionálneho rozvoja, ktorý má v súčasnej dobe pre SR najväčší význam.

Jeho úlohou je prispievať k vyrovnaniu podstatných regionálnych nezrovnalostí prostredníctvom účasti na rozvoji zaostalých regiónov, na ich štrukturálnom prispôsobovaní a presmerovaní priemyselných území so zaostávajúcim rozvojom.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> BALÁŽ V. *Regionálny management cestovného ruchu v Slovenskej republike v rámci politiky EÚ*, Prognostický ústav SAV, 1994, 113 s. ISBN 0862-9137.

## PRAKTICKÁ ČASŤ

### 7 ZOZNÁMENIE SA S KRAJOM ZAMAGURIE

V najsevernejšej časti Spiša, na hranici s Poľskom, leží oblasť Zamagurie. Kraj, ktorý je bohatý na prírodné krásy, historické pamiatky a jedinečnú ľudovú architektúru. Pieninský národný park s jedinečnými Troma korunami, pohorím Spišská Magura a Lubovnianska vrchovina, ale aj typické ľudové goralské dedinky poskytujú pre turistov veľké množstvo krás. Lesy, ktoré sa nachádzajú v Zamagurí ponúkajú v letných mesiacoch množstvo lesných plodov a húb. Tí, ktorí majú v obľube rybolov majú veľkú možnosť rybolovu v čistých vodách rieky Dunajec, Lipničanky a Rieky. V zime si prídu na svoje turisti, ktorí radi lyžujú. Nájdu v tejto krajine dobré terény zjazdové ale i bežecké lyžovanie. Do Zamaguria sa môžeme dostať z južnej strany od Spišskej Belej cez Spišskú Maguru. Z jej časti sa serpentínami zostupuje do západnej časti Pienin. Práve táto časť Zamaguria je pre turistov najobľúbenejšia. Ďalšia cesta vedie smerom z Červeného Kláštora do Starej Lubovne. Symbolom Zamaguria sú divoké Pieniny. Nie sú veľmi rozsiahle, ich pásmo je dlhé 35 km a patrí k najkrajším a najcennejším územiám v strednej Európe. Rozloha, ktorú má je 2125 hektárov a nachádza sa pri slovensko – poľskej hranici a severovýchodne od Vysokých Tatier. V roku 1932 bol na území Pienin vyhlásený prvý Medzinárodný prírodný park v Európe a tvorili ho Pieninský Park Narodowy a Slovenská prírodná rezervácia v Pieninách. Je to kraj s bohatými umeleckými a historickými pamiatkami, svojráznym folklórom a architektúrou. Pieniny sú pre turistu synonymom krásy a panenskej prírody. Je to raj pre kajakárov a rybárov, ideálny pre cykloturistiku. Významnú dominantu v krajinnom prostredí Zamaguria vytvárajú pozoruhodné skalné útvary Tri koruny (982 m). Prístup na vrchol s vyhlídkovou galériou pre 15 osôb je možný len z poľskej strany. Rovnako malebný je výhľad z rozľadne na Sokolici. Strmé bralá Pienin obmýva pohraničná rieka Dunajec, ktorá si svojím dravým prúdom vyhlbila vo vápencoch na úseku dlhom 8.5 km hlboký a úzky kaňon s vysokými skalnými stenami. Jedinečnou atrakciou pieninskej turistiky je romantická plavba na typických goralských pltiach po Dunajci. Splav Dunajca možno začať už v obci Majere, ale aj v ďalších prístaviskách plti.

Najkrajší úsek plavby vedie čarovným Prielomom Dunajca až k Prielomu Lesnianského potoka. Pozdĺž prielomového údolia vedie náučný chodník.

## **7.1 Z histórie zamagurských obcí**

Zamagurské obce možno podľa času ich vzniku rozdeliť do niekoľkých skupín. Najstaršie obce boli založené na najvýhodnejších a pre kolonizačnú činnosť najprístupnejších miestach, ktorými boli najväčšie údolia medzi výbežkami Spišskej Magury, ktoré smerujú približne na sever k Dunajcu a týmto smerom sa aj rozširujú. Hlavnou osou kolonizácie, ktorá sa uskutočnila vo dvoch etapách sa stalo údolie Rieky, nazývanej pôvodne Pravica, ktorá už na začiatku 14.storočia bola známa pod nemeckými pomenovaniami Pribicz, Prinicz u Prebych. V tomto údolí vzniklo najviac obcí a to Reľov, Keheľ, Spišské Hanušovce, Matiašovce, Spišská Stará Ves. Na západ od tohto údolia sa nachádza údolie Frankovského potoka, ktoré pokračuje údolím Kacvinského potoka a končí sa údolím Nedečianky, vlievajúcej sa poniže hradu Nedeca od Dunajca. V tomto údolí boli založené tri obce a to Franková, Kacvín a Nedeca. Na východ od hlavného údolia sa tiahne údolie Lesnianského potoka. V ňom boli založené dve obce a to Veľká Lesná a Svätý Peter, ktoré však zanikli asi už 14. storočí.

Je veľmi zaujímavé, že samotné údolie Dunajca, ktoré spájalo Zamagurie nielen s dolinami Popradu, ale aj s Liptovom a Turcom a cez ne aj so západným Slovenskom, nebolo kvôli stálemu nebezpečenstvu povodní a záplav vhodné na trvalé osídlenie. Preto na brehoch Dunajca vznikla iba jediná obec, ktorá mala názov Uyvas, avšak čoskoro zanikla. Obec sa nachádzala približne tam, kde teraz Červený Kláštor. Všetky tieto obce boli osídlené počas šoltýskej, resp. dedinskej kolonizácie na nemeckom práve. Organizátormi osídľovania boli totiž Šoltýsi, ktorí túto činnosť vykonávali na základe zmluvy s majiteľmi pôdy, ktorými na Zamagurí boli šľachtické rodiny zo Spišského Hrhova a Brezovice. Všetky zamagurské obce patrili pôvodne šľachtickej rodine z Brezovice a šľachtickej rodine zo Spišského Hrhova. Z majetkovej držby brezovickej rodiny sa už v 14. storočí utvorili panstvá hradu Nedeca, Červeného Kláštora a kláštora križovníkov v Lendaku.



Bývalé časy poddanstva, robotovania a biedy pripomína dnes už iba niekoľko objektov v niektorých obciach (Reľov, Spišské Hanušovce, Matiašovce, Haligovce). Život zamagurských obciach v období poddanstva bol poznačený mnohorakých povinností, na ktoré ich sily neraz nestačili ako o tom svedčí tento príklad. Roku 1718 písali chudobní obyvatelia hanušovskí, že okrem duše v hriešnom tele nič nemajú, preto nie sú schopní zaplatiť daň. Túto daň nemohli zaplatiť ani obyvatelia Zálesia, preto žiadali o milosrdenstvo, lebo ináč musia zahynúť. O takýchto podobných príkladoch existujú spisy, ktoré sa nachádzajú v múzeu Červeného Kláštora.

## **7.2 Obce v Zamaguria**

### **Reľov**

Reľov je obec, ktorá sa nachádza na naj južnejšej strane na trase Spišská Stará Ves - Kežmarok. Obec má aj staré názvy, ktoré sú známe zo spišsko - hanušovskej matriky z rokov 1634 – 1674. Obec sa nazývala „Relow“ a „Rylov“. V súpise Spišskej župy z roku 1720 je obec pomenovaná pod názvom „Rilyova“ a v súpise z roku 1754 pod menom „Rélyová“. V iných zaarchivovaných záznamoch sa obec volá „Reul“, „Rulno“ a „Rollowa“. Keď sa v rokoch 1905 – 1906 všetky obce na Spiši pomadžarčovali, obec Reľov dostala názov „Relyó“.

### **Jezersko**

Obec, ktorá leží pod severnými kopcami Magury v doline Jezerského potoka má veľmi málo obyvateľov. Obec Jezersko obýva 100 obyvateľov. Je to malá dedinka v jednom zo severných údolí Spišskej Magury so zástavbou domov, ktoré sú postavené pozdĺž potoka. Táto obec vznikla začiatkom 17. storočia, keď tu Juraj Horváth z Plavča priviedol utečencov z Poľska. Obyvatelia, ktorí tu bývali sa venovali hlavne poľnohospodárstvu, prácou v lese a pastierstvom. Počet obyvateľov v Jezersku klesá rok čo rok a pomaly sa z obce stáva chalúpnicka dedina. Turisti túto dedinku navštevujú hlavne v zimnom období. Nachádzajú sa tu lyžiarske vleky, ktoré majú ideálne podmienky na zjazdové lyžovanie.

### **Spišské Hanušovce**

Táto obec je jedna z najstarších obcí na strednom Zamagurí s nadmorskou výškou 614 metrov nad morom.

Podľa legendy, ktorá je známe v tejto dedinke, obec založil poľský šľachtic Zápoľský, ktorý sa oženil s dcérou miestneho baču Hanuša. Farnosť tu existovala od roku 1236. S istotou však môžeme povedať, že obec vznikla po roku 1313. Založil ju šoltýs Henus na majetku Berzeviciovcov. Dedina mala viacero pánov. Hlavný vplyv bolo pôsobenie rehoľníkov z Lendaku, títo rehoľníci priviedli do Hanušoviec osadníkov, ktorí žili a pôsobili v okolí Miechowa za Krakovom. Rehoľníci vlastnili obec až do roku 1593, kedy obec predali Jurajovi Horvátovi – Paločayovi. V obci sa nachádza kostol sv. Ondreja, ktorý je vybudovaný z kamenného muriva, a ktorý nevyniká špecifickým slohom. Tento kostol bol postavený už v roku 1200.

### **Malá Franková**

Obec, ktorá sa nachádza priamo v horách Spišskej Magury. Vznikla v 17. Storočí, táto obec slúžila ako poddanská dedina vyššej šľachty z Niedzice. Ľudia z dediny sa venovali poľnohospodárstvu a hlavne aj chovom dobytká. Nárečovo je nazývaná Malá Franková ako Frankófkí. V roku 1895 tu bol postavený drevený kostolík sv. Jozefa s oltárom z 18. storočia, tento kostolík stojí na tomto mieste doteraz a je veľmi obľúbeným cieľom pre turistov. Od roku 1920 až do roku 1978 bola obec Malá Franková samostatná. Znamenalo to, že sa sama živila hlavne chovom dobytká a obrábaním pôdy. V tomto čase je v obci 45 obývaných domov kde žije 185 obyvateľov.

### **Osturňa**

Vďaka histórii vieme, že obec Osturňa bola založená v roku 1313. Pôvodne obývali Osturňu Rusíni. Pod vplyvom okolia obec Osturňa pomaly postupne strácala ukrajinský charakter. Rozvoj Osturne nastal v 15. a 16. storočí. V tejto dobe patrí obec do okresu Kežmarok. V 19. storočí mala obec 1890 obyvateľov, v roku 1970 to bolo 1340 obyvateľov a v súčasnom období je to len 383 obyvateľov. Obyvatelia pomaly ale isto odchádzajú do väčších miest, kde majú omnoho väčšie podmienky na pracovný život. Dedinka je známa svojimi typickými goralskými domčekmi, ktoré patria do pamiatkovej rezervácie. Sú aj veľkou obľúbou pre turistov. V tejto dedinke je aj veľkou raritou aj to, že obyvateľov môžeme stretnúť v ľudovom goralskom odeve.

## **Matiašovce**

Obec Matiašovce bola založená v roku 1308 magistrom Kokošom Berzevicom. Prvý raz je obec spomenutá v roku 1326, kde bola súčasťou dunajeckého panstva. Veľkým predpokladom je, že názov dediny pochádza od svojho prvého šoltýsa – Matiaša. Obyvatelia Matiašovci boli taktiež ako väčšina obyvateľov v Zamagurí poľnohospodármi, pastiermi, lesnými pracovníkmi. V rodinách sa pestoval ľan, z ktorého sa vyrábalo vlákno. Z tohto plátna vyrábali obyvatelia oblečenie. V tejto dedine sa spracovávalo aj obilie v dvoch mlynoch na múku a šrot. Takto si obyvatelia pomáhali a žili v chudobných podmienkach.

## **Spišská Stará Ves**

Strediskom Zamaguria je mesto Spišská Stará Ves. Toto mesto osídľuje 2300 obyvateľov. Obec vznikla už pred pádom Tatárov a začiatkom 14. storočia bola dosídlená kolonizačnou činnosťou šľachticov z Brezovice. Mesto bolo v minulosti miestom, kde sa odohrávalo štátoprávne vyjednávanie medzi susediacimi krajinami. Napríklad takým známym stretnutím bolo stretnutie v roku 1423 uhorského panovníka Žigmunda a poľského Vladislava alebo stretnutie Mateja Korvína s Kazimírom Jagelovským v roku 1474, ktoré mali za úlohu mierové rokovania. Pred 2. svetovou vojnou 14 zamagurských obcí pripadlo Poľsku, preto začalo mesto upadať. Ale keďže sa mesto nachádza v blízkosti hraníc s Poľskom, je to aj pre Spišskú Starú Ves výhodné. Využívajú to hlavne turisti, ktorí po ceste do Poľska navštevujú toto mesto a vo viacerých prípadoch sa v ňom aj ubytujú.

## **Červený Kláštor**

Táto obec je najvýznamnejšie a najznámejšie stredisko cestovného ruchu v Zamagurí. Dejiny obce, ktorá má 240 obyvateľov sa spája s kláštorom, kde žili v 14. storočí kartuziáni. Títo mnísi boli známi svojimi kaligrafickým a iluminátorským umením. Obec sa nachádza na pravom brehu Dunajca, pri ústí potoka Lipník. Terajšia obec bola vytvorená z osád Nižné Šváby, Červený Kláštor a Smerdžonka. Ľudové pomenovanie „červený“ dostal podľa toho, pretože rímsy kostola a kaplnky boli z neomietnutých červených tvárnic. Kláštor bol veľmi úspešný, už v 14. storočí dostal dotácie a výsady (právo mlyna, rybolovu, varenia piva), hospodársky veľmi rýchlo rástol a stal sa veľmi feudálnym panstvom.

I tu prišli Husiti, ktorý Červený kláštor obsadili a postupne kláštor upadal, mnísi odchádzali a presťahovali sa do Poľska. Po ukončení 2. svetovej vojny prevzal kláštor štát a celý červený kláštor v rokoch 1956 až 1974 zrekonštruovali. Táto kúpeľná osada vznikla pri prameni sírnej vody v roku 1820. Na začiatku 20. storočia sa ich ujala Spišská župa, vtedy boli hlavným záujmom spišskej spoločnosti. Legendou červeného kláštora sa stal lietajúci mních Cyprián, ktorý bol známy ako botanik a vynálezca. Príbeh života tohto mnícha bol aj sfilmovaný. Preslávil sa hlavne jeho vzácnym herbárom, kde si počas svojho života zbieral vzácne liečivé byliny. V objekte kláštora je dnes múzeum a celý komplex tohto kláštora je národnou kultúrnou pamiatkou. V obci Červený kláštor sa nachádza areál Pieninskej lipy, kde môžeme nájsť aj lipy s obvodom 6 metrov. V Červenom kláštore si turisti prídu na svoje, môžu sa tu ubytovať vo viacerých rodinných penziónoch, v dvoch hoteloch alebo chatkách. Je tu k dispozícii aj kemping s krásnym výhľadom na Tri koruny, ktorý sa nachádza priamo na brehu Dunajca. V Červenom Kláštore sídli aj Správa Pieninského národného parku. Každoročne sa tu konajú rôzne folklórne slávnosti, najznámejšie sú Zamagurské folklórne slávnosti.

### **Lechnica**

Táto obec sa nachádza v ochrannom pásme Pieninského národného parku a na severovýchodnej časti tvorí súčasť Pieninského národného parku. Tento národný park je najmenší ale aj najzaujímavejší národný park na Slovensku. Jeho rozloha je 3750 ha a napája sa na poľský Pieninský národný park s výmerou 2360 ha. V minulosti sa obyvatelia zaoberali poľnohospodárstvom a sezónnymi robotami, v tejto dobe sa zaoberajú hlavne poľnohospodárstvom. Bývala stará poľnohospodárska dedinka, ktorá má zachované prvky ľudovej architektúry sa mení na obec, kde sa veľmi pekne rozvíja cestovný ruch. V obci sa nachádza veľa súkromných chalúp, penziónov, ktoré navštevujú turisti za účelom oddychu. Poloha obce je mimo najhlavnejších ťahov, ale nie je to až tak ďaleko od turistických atrakcií, preto táto obec je určená na návštevu rodín ale i mladých ľudí.

## **Lesnica**

Lesnica je malá obec, ktorá je známa kostolom sv. Michala archanjela s neskorobarokovým hlavným oltárom zo 16. storočia. Typické pre túto dedinku sú drevenice z hrubých brvien a goralské stavebné pamiatky. Lesnica má atraktívnu a veľmi výhodnú polohu pre turistiku. Nachádza sa tu priechod Lesnica – Szcawnica, vďaka tomuto priechodu si môže pozrieť turista krásy aj Poľskej republiky. Lesnica má svoj výhody v lete ale aj v zime, pretože sa nachádza v tejto dedine aj lyžiarsky vleč. V minulosti ale i v tejto dobe sa ľudia živia pastierstvom, chovom dobytky a v zime pracujú v lesoch. Zachovalo sa tu aj veľa zvykov ako je napríklad nosenie goralského kroja každú nedeľňajšiu omšu.

## 8 POTENCIÁL ÚZEMIA ZAMAGURIE

Potenciál cestovného ruchu tohto územia zahŕňajú hlavne služby, ktoré spája všetko čo sa ohľadom cestovného ruchu. Patria tu hlavne ubytovacie zariadenia, stravovacie zariadenia, atrakcie, ktoré poskytujú zákazníčkovi zážitok, ale aj sprostredkovatelia, ktorí napomáhajú prilákať čo najviac turistov a návštevníkov. Do ktorých patria hlavne cestovné kancelárie a agentúry. Všeobecne je známe, že potenciál cestovného ruchu rozdeľujeme na primárny a sekundárny. V oblasti, ktorá vystupuje v diplomovej práci je veľké zastúpenie aj primárnych aj sekundárnych atrakcií. Samozrejme je to menší počet v porovnaní s ostatnými krajinami na Slovensku, keďže práve Zamagurie ma doposiaľ nízky počet obľúbencov z hľadiska cestovného ruchu.

Do primárneho potenciálu patria atrakcie, ktorých hlavnou úlohou je splniť pozitívny zážitok pre návštevníka. Tieto spomenuté potreby si vie turista splniť za pomoci kultúrno-historických atrakcií, prírodných atrakcií, kultúrno - relaxačných atrakcií ale i za pomoci rôznych festivalov, ktoré sú v tomto okolí veľmi obľúbené hlavne v letných mesiacoch.

Do sekundárneho potenciálu kraja Zamaguria patria ubytovacie a stravovacie zariadenia, ktorých počet nie je veľmi dostačujúci a ich služby nie sú na kvalitnej úrovni. Tento nedostatok nie je nevyriešiteľný ale naopak kraju poskytuje výzvu sa práve s týmto nedostatkom viacej zaoberať. V oblasti cestovného ruchu je na Slovensku vysoký počet ubytovacích a stravovacích zariadení, ktoré sú práve naopak na vysokej úrovni, preto realizovatelia cestovného ruchu v Zamagurí by sa mali viac snažiť svoju úroveň ubytovacích a stravovacích služieb zvýšiť. Do sekundárneho potenciálu sa zaraďujú organizácie, ktoré majú za úlohu rozširovanie úrovne cestovného ruchu. Sú to napríklad cestovné kancelárie, cestovné agentúry a regionálne organizácie venujúce sa rozvojom cestovného ruchu v danej oblasti. Kraj Zamagurie má s týmto smerom ešte malé skúsenosti, ale to neznamená, že potenciál v tejto oblasti nie je možné rozvíjať.

## 8.1 Kultúrno-historické zážitky

Zamagurie ako oblasť je bohatá nie len na prírodné krásy ale aj na historické pamiatky. Návštevou tohto kraja si návštevník prinesie domov zážitky, ktoré sú spojené s návštevou krásnych goralských dedín, ktoré sú známe svojimi typickými goralskými domčekmi či originálnymi drevenými kostolíkmi, ktoré sa páčia každému turistovi, ktorý do nich nahliadne. Najkrajšie a najzachovanejšie goralské domčeky sa nachádzajú v obci Osturňa. Patrí tam 157 goralských usadlostí, ktoré sa dostali do pamiatkovej rezervácií v roku 1979. Ľudia v tejto dedinke sú na túto pamiatku veľmi hrdí a snažia sa ju chrániť. Tieto chránené hospodárske dvory sú položené v dĺžke 9,3 km. Tento živý skanzen je typický svojimi drevenicami, pre ktoré sú známe maľované okenice, škárované slamou medzi brvnami a oplatenie drevenými plotmi. Táto ľudová architektúra je základom kultúrnej spoločnosti a jej hlavnou úlohou je podieľanie sa na rôznorodosti spoločnosti. Tieto domčeky nemajú zastúpenie len v obci Osturňa ale aj v iných dedinkách ako sú Spišské Hanušovce, Matiašovce, Reľov, Jezersko či Lechnica. Ďalšou významnou pamiatkou, ktorá patrí medzi kultúrno - historické atrakcie je už spomínaný Červený kláštor. Areál kláštora sa nachádza na východe obce a je postavený v urbanistickom type.

Hlavnou stavbou tohto areálu je gotický kostol ku ktorému prilieha kláštor. Z pôvodného stredovekej stavby sa zachovala južná časť, západné krídlo a o niečo mladšie východné krídlo. Na nádvorí kláštora v minulosti stáli domčeky so záhradami, ktoré slúžili mníchom, nuž v súčasnej dobe sú tam len obrysy, ktoré si môžu návštevníci obzrieť. Oproti kostolu stal niekedy dom predstaveného kláštora s vežou a slnečnými hodinami. V tejto dobe sa nachádza na území kláštora múzeum. Toto múzeum zriadil Pamiatkový úrad Slovenskej republiky. Kláštor môžu navštíviť dennodenne turisti z celého sveta. Kostoly v Zamagurí, ktoré vznikali od 13. do 19. storočia, sú v súlade s dobovým štýlovým kontextom (gotika, barok, renesancia, atď.). Na ich dnešnú podobu vplývali aj rozličné okolnosti, najmä požiare a prírodné katastrofy. Významnú kapitolu sakrálneho umenia na Spiši a v Zamagurí tvoria drevené kostoly. Tieto kostoly tvoria hranicu medzi typmi drevených kostolov v Liptove a na Orave a medzi kostolmi vo východnej karpatskej oblasti.

Najnavštevovanejší drevený kostol je drevený kostolík v Malej Frankovej. Je to drevená zrubová kaplnka sv. Jozefa z prvej polovice 20. storočia.

## 8.2 Prírodné zážitky

Medzi najznámejšie prírodné zážitky, ktoré v Zamagurí si návštevník vie pozrieť sú tri koruny. Tri koruny patria medzi najčastejší turistický cieľ. Nachádza sa na ľavom brehu rieky Dunajec, jeho najvyšší bod je 982 m n. m čo je zároveň aj najvyšším vrcholom. Tri koruny sú vápencového pôvodu a z diaľky pripomínajú kráľovskú korunu. Pôvodní obyvatelia Zamaguria pomenúvali týchto päť brál svojimi názvami a to najvyšší vrchol nazvali Okraglica. Tento vrchol je vysoký 982 m n. m. Nachádza sa tam vyhliadková terasa, ktorá je určená pre 20 osôb. Táto terasa poskytuje krásny výhľad na región Pieniny, Beskydy, na Spišskú Maguru a Vysoké Tatry. Na Juhovýchode Okraglice je vrchol Ogródky, ktorý je vysoký 940 m n. m. Tretím vrcholom je tkz. Pánska Skala (920 m n.m), na tomto mieste žije vzácne vtáctvo. Vedľa nej sa vypína Plaska Skala (950 m n. m) a pod ňou je Nižnia Okraglica. Tri koruny sú porastené lesmi a sú pre nich typické hlboké doliny potokov a skalné jamy hlboké až 500 m. Mimoriadnym potenciálom cestovného ruchu pôsobia na túto oblasť aj turistické a cyklistické chodníky.

Medzi najobľúbenejší patrí chodník z Červeného Kláštora do Lechnice, tento chodník smeruje popri rieke Dunajec. Na tejto rieke je veľmi obľúbenou atrakciou pre návštevníkov pltníctvo. Pltníctvo slúžilo v minulosti ako vodná doprava, ale tiež hlavnou úlohou pltníctva bola obživa ľudí v Zamagurí. Prečo vznikol tento typ dopravy je zrejme kvôli obchodovaniu s drevom. Na rieke Dunajec to bolo hlavne obchodovanie dreva s Poľskom. Tento spôsob dopravy nuž v tejto dobe existuje už len ako atrakcia pre slovenských ale aj pre zahraničných turistov. Táto atrakcia je v poslednej dobe veľmi vyhľadávaná. Vyhliadkové plavby ponúkajú svoje služby len počas letnej sezóny, kde pltnícka sezóna začína od 1. mája a končí 30. októbra. Začiatok plavby je v Spišskej Starej Vsi cez Červený Kláštor, Pieniny a cieľ je v Lesnici, kde opúšťa územie Slovenskej republiky aj rieka Dunajec. Táto celá plavba trvá od 90 až po 130 minút, za túto dobu turisti prejdú 14 km plavby. Túto tesnú blízkosť hraničných prechodov môžu turisti využiť na výlet do Poľska.



V Lesnisi, kde plavba na pltiach konči je hraničný prechod, ktorý slúži len pre peších turistov a cykloturistov z krajín, ktoré majú povolenie bezvízového styku s Poľskom.

### **8.3 Kultúrno-relaxačné atrakcie**

Medzi kultúrno-relaxačné atrakcie patria v Zamagurí ako prvé kúpele „Smerdžonka“. Minerálna voda v týchto kúpeľoch vyvierala už v minulosti. Voda má špecifický zápach po sírovodíku, obyvatelia kúpeľov verili, že táto voda pochádza z iného sveta, pretože tento zápach nepoznali. Preto dali aj kúpeľom názov „Smerdžonka“, čo znamená páchnuca voda. Začiatok kúpeľov siaha do 19. storočia, kedy mlynár žijúci v tejto obci pripravoval ľuďom vo svojej stodole teplé kúpele z tejto liečivej vody. V roku 1820 sa postavila pri tomto prameni kúpeľná osada a o dva roky neskôr sa tam postavila prvá budova, ktorá slúžila na kúpele. Postupne sa celý majetok kúpeľov dostal pod strechu Spišskej župy a do majetku grekokatolíckeho biskupstva. To nebolo pre kúpele šťastný krok, pretože postupne rok po roku budova chátrala, vďaka neochote a nezájmu biskupstva. Kúpele nakoniec upadli a o ich záujem prišlo až v 20. storočí od Spišskej župy. Tentoraz ponúkali služby týchto kúpeľov efektívnejšie a doplnili ich o ubytovanie a stravovacie služby. Kúpele ponúkali spoločenské zábavné podujatia, pre Smerdžonku to boli prvé najkrajšie a najspoločenskejšie časy od obdobia vzniku.

Nuž po príchode prvej svetovej vojny sa tieto časy zmenili. Kúpele boli zničené, no po vojne sa ich opäť podarilo zrekonštruovať a postaviť na nohy aby slúžili turistom podobne ako pred vojnou. Ale žiaľ to dlho netrvalo, prišla druhá svetová voja a kúpele boli opäť zničené, začali pomaly upadať do zabudnutia, areál vlastnilo viacero majiteľov, a kúpele mali len ubytovací a stravovací účel. Takto to trvalo niekoľko rokov až do roku 2004, kedy nový majiteľ obnovil pramene a začal s rekonštrukciou, vďaka tejto snahe a ochote sa v roku 2010 vyhlásil prameň za liečivý a kúpele sa stali tým známejšie a navštevovanejšie. Medzi kultúrno-relaxačné atrakcie patria aj lyžiarske strediska. Pomáhajú im prírodné podmienky, ktoré sú v tomto prostredí veľmi dobré pre podnikanie v týchto strediskách. Na tomto území sa nachádza 7 lyžiarskych stredísk, ktoré síce nepatria svojou veľkosťou do najväčších na Slovensku, ale každému milovníkovi lyží či snowboardu spríjemní pobyt v tomto okolí. Medzi najnavštevovanejšie a najobľúbenejšie patrí stredisko v Litmanovej.

Stredisko sa nazýva Skicomp Fakľovka. Toto stredisko ponúka 5 zjazdoviek, ktoré sú rôznych sklonov v nadmorskej výške od 690 až po 920 m n. m. Na svoje prídu v tomto stredisku nároční ale i menej nároční lyžiari. Za jednu hodinu je možné prepraviť s vlekmí 2000 lyžiarov, toto stredisko je najnavštevovanejšie v Zamagurí. V tomto okolí si vie turista vybrať aj z viacerých ubytovacích zariadení, ktoré sa nachádzajú priamo v stredisku Litmanová. Sú to zrubové chaty s kapacitou 90 lôžok a ubytovania na súkromí. Samozrejmosťou tohto strediska sú aj stravovacie podniky priamo v centre a aj lyžiarska škola Alex pre lyžiarov ale aj pre snowboardistov. Ďalšou a veľmi obľúbenou atrakciou je rafting, ktorý prebieha na rieke Dunajec podobne ako pltníctvo. Túto atrakciu organizuje skupina mladých ľudí, ktorých hlavným cieľom je urobiť čo najväčší zážitok, na ktorý budú turisti ešte dlho spomínať. Tento rafting predstavuje splavovanie rieky Dunajec na raftových člnoch. Trasa po ktorej sa splavuje je dlhá 18 km. Splav je vhodný aj pre osoby, ktoré nemali nikdy skúsenosti s takými to atrakciami. Ako sú napríklad rodiny s deťmi alebo osoby vyššieho veku. Po ukončení splavu si turisti môžu vybrať spôsob vrátenia na nástupište a to buď pešo, alebo na horských bicykloch, či autobusom.

Po splave Dunajca, je v ponuke pre návštevníkov aj občerstvenie, buď je to posedenie v reštaurácii alebo piknikové posedenie s opekaním regionálnych špecialít pri domácej goralskej hudbe.

#### **8.4 Špeciálne podujatia a festivaly**

Do tejto skupiny patria všetky atrakcie, ktoré majú spríjemniť návštevníkovi pobyt v danej oblasti, tým mu naplniť celkový dopyt po zážitkoch. Pomocou týchto atrakcií sa zlepší vzťah turistu ku danej oblasti. Medzi tieto atrakcie patria v Zamagurí veľmi obľúbený festival s názvom Zamagurské folklórne slávnosti. Tento festival je prehliadkou ľudového tanca, spevu, hier a ľudových zvykov v Zamagurí. Tento festival sa koná každoročne od roku 1976 v prírodnom amfiteátri pri rieke Dunajec v obci Červený Kláštor. Na tomto podujatí vystupujú nie len súbory zo Slovenska ale aj zahraniční hostia. Najčastejšie sú to susední Poliáci, ktorí majú veľmi blízko jazykovo ale aj kultúrou so slovenskými Goralmi. K tomuto festivalu patrí aj jarmok s domácimi ľudovými výrobkami a samozrejme aj občerstvenie s chutnými domácimi špecialitami. Pre obyvateľov Zamaguria je veľmi vzácny ich ľudový spev a tanec.

Je to ich bohatstvo, ktoré si chránia z generácii na generáciu. Goralská pieseň má svoj identický charakter. Tieto piesne majú vysoký počet melódií, ktoré sa spájajú voľne s textami. V týchto piesňach funguje sloboda v spájaní textov s melódiami. Texty týchto piesni sú veľmi jednoduché a to z dôvodu, že vznikali spontánne, pri rôznych príležitostiach. Ako boli napríklad práce na poliach, fašiangy, Vianoce, Veľká noc či svadby. Názvy piesni sa dodnes tradične odovzdávajú z pokolenia na pokolenie. Síce dobou je menší záujem mladých ľudí tieto piesne tradovať ale nájdú sa aj dnešnej dobe milovníci ľudovej hudby. Okrem hudby je veľmi obľúbený medzi obyvateľmi Zamaguria aj tanec. Goralský tanec má podobné znaky ako tanec s krútvým charakterom starého štýlu. Tento tanec bol najobľúbenejší tancom pre goralov hlavne pri svadbách, krstinách a pri rôznych sviatkoch. Dodnes sa tento tanec netancuje len na Zamagurí ale aj na Orave. Medzi špeciálne podujatia v tomto kraji patria aj oslavy fašiangov, na ktorých sa môžu zúčastniť aj návštevníci Zamaguria. Tieto oslavy prebiehajú v mesiaci február na konci obdobia fašiangov, kedy cez obce Spišské Hanušovce a Matiašovce prechádzajú zapriahnuté koče s koňmi. Turisti majú možnosť jazdiť na kočoch a zabaviť sa na fašiangovej zábave v týchto obciach a pochutnať si na typických fašiangových špecialitách.

Ako už bolo spomenuté na začiatku, sekundárny potenciál cestovného ruchu charakterizuje ako je vybavený daný kraj čo sa týka starostlivosti o návštevníka. V poslednej dobe sa práve faktor sekundárneho potenciálu dostáva do popredia a do veľkej pozornosti turistov, ktorí si svoju destináciu, kde svoju dovolenku či voľný čas prežijú vyberajú práve podľa služieb, ktoré im dokáže daný kraj ponúknuť. Návštevníci sú rok čo rok náročnejší na kvalitu ubytovacích zariadení či ponúkaných služieb. Ako už vieme do sekundárneho potenciálu zaraďujeme ubytovanie, stravovanie, sprostredkovanie cestovného ruchu, doprava a iné doplnkové služby, ktorých hlavnou úlohou je spríjemnenie pobytu v danom území.

## **8.5 Ubytovanie a stravovanie**

Slabosťou územia Zamaguria je v počte stravovacích a ubytovacích zariadení, ktoré sú väčšinou spojené v jednom objekte. Horšie je, že práve v tomto okolí je kvalita služieb nižšia.

Ako bolo spomenuté, dnešní turisti majú vysoké nároky na ubytovanie a na stravovanie. Veľkým pozitívom avšak je, že v tomto okolí ponúkajú zariadenia typické slovenské gastronomické špeciality. Tieto špeciality obľubujú hlavne zahraniční návštevníci ale aj slovenskí turisti, ktorý pochádzajú zo západu Slovenska. Celkovo na území Zamaguria sa nachádza 17 stravovacích zariadení s celkovou kapacitou viac ako 1000 návštevníkov. Najväčší počet týchto zariadení sa nachádza v obci Červený Kláštor, ktoré je takzvané centrum cestovného ruchu. Nachádza sa tam 11 stravovacích zariadení. Ubytovacích zariadení je o niečo viac, keďže sa v okolí nachádzajú aj lyžiarske vleky, obyvatelia Zamaguria si postavili rôzne penzióny, ubytovania v súkromí, drevenice, za pomoci ktorých podnikajú. Najznámejšie reštaurácií na tomto území sú Reštaurácia u pltníka Jaška, táto reštaurácia je veľmi štýlový zamagúrske zariadenie, ktoré ponúka špeciality z domácej kuchyne. Kapacita tejto reštaurácie je 60 ľudí. Tento podnik je veľmi obľúbený pre domácich ale hlavne pre poľských turistov, ktorí túto reštauráciu pravidelne vyhľadávajú hlavne kvôli kuchyni.

Ďalším obľúbeným stravovacím zariadením je koliba Furmansky dvor. Kapacita tejto reštaurácie je 110 miest. Skladá sa z troch miestnosti, ktoré sú navzájom prepojené. V tomto podniku sa často realizujú svadby, firemné akcie ale aj akcie pre turistov so živou hudbou a s grilovanými špecialitami. Tieto akcie vyhľadávajú turisti zo zahraničia, ktorí chcú spoznať tento kraj aj z oblasti gastronómie a kultúry. Za najobľúbenejšiu reštauráciu môžeme pokladať reštauráciu Goralský dvor, toto zariadenie ponúka aj reštauračne ale i ubytovacie služby, ktoré sú naozaj veľmi vyhľadávané. Kapacita tejto reštaurácie je 110 miest. V reštaurácií ponúkajú majitelia goralské večere so živou hudbou a s horiacimi fakľami. Táto atrakcia je veľmi vyhľadávaná a obľúbená. Pred reštauráciou majú návštevníci možnosť navštíviť malú goralskú zoo záhradu, kde uvidia domáce zvieratá. Tieto reštaurácie, ktoré som spomenula sa nachádzajú v Červenom Kláštore. Keďže táto obec je najnavštevovanejšia tak aj tieto reštaurácie sú najobľúbenejšie a najznámejšie v okolí. Ubytovacích zariadení je na tomto území omnoho viac ako stravovacích. Keďže sa v tomto území nachádza veľa prírodných atrakcií ale aj veľa lyžiarskych vlekov. Tak aj zariadeniam s cieľom ubytovania sa viac darí. Nachádza sa tu veľa rodinných penziónov, ubytovaní na súkromí, dreveníc ale i hotelov. Celkovo sa tu nachádza cez 120 ubytovacích zariadení.

Medzi najznámejšie ubytovania patria Kúpele Červený Kláštor „ Smeržonka“, Penzión Pítnik, Chata Pieniny, Penzión Kaštieľ Hanus či penzión Goralský dvor.

## **8.6 Sprostredkovanie a organizovanie cestovného ruchu**

Za hlavných organizátorov cestovného ruchu je vo všeobecnosti známe, že sú to cestovné kancelárie, informačné centrá či centrá pre rozvoj regionálneho cestovného ruchu. Na území Zamaguria sa nenachádza ani jedna cestovná kancelária, čo je veľkým nedostatkom a negatívom pre tento kraj. Najbližšia cestovná kancelária a agentúra sa nachádza v susediacom meste a to v meste Kežmarok. Prečo sa nenachádza žiadna kancelária cestovného ruchu v Zamagurí ? Túto otázku si určite kladú turisti tohto kraja pravidelne.

Keďže je tento kraj ešte málo rozvinutý zo strany cestovného ruchu, preto sa nenašiel nikto taký, ktorý túto možnosť využil a založil si pobočku kancelárie. Zato informačné centrá cestovného ruchu v kraji Zamaguria nájdeme a to hlavne v obci Červený Kláštor. Správa Pieninského národného parku, ktorá sídli v Červenom Kláštore prevádzkuje v tri informačné centra. Dve centrá sa nachádzajú priamo v obci Červený Kláštor a tretia sa nachádza v Lesnici. V Zamagurí existuje aj združenie pre rozvoj regiónu Zamaguria a Pienin. Toto združenie bolo zaregistrované ministerstvom vnútra Slovenskej republiky a bolo to dňa 26.1.1999. Toto združenie momentálne tvorí 18 samospráv, 5 právnických osôb, 10 fyzických osôb, ktoré podnikajú a 2 fyzické osoby, ktoré nepodnikajú. Hlavnými cieľmi tohto združenia je podpora a rozvoj podnikateľov v kraji Zamagurie, spolupráca so štátnou správou, samosprávou ale i ďalšími organizáciami, ktoré napomáhajú rozvíjanie aktivít zameraných na rozvoj územia. Spolupráca so združeniami, ktoré majú podobné zameranie a to buď na Slovensku ale aj v zahraničí. Združenie pre rozvoj regiónu Pienin a Zamaguria spolupracuje aj so štátnou správou, s Euroregiónom Tatry, ale aj s poľským združením, ktorý sídli v Niedzici.

## **8.7 SWOT analýza kraja Zamagurie**

Pri určovaní rozvoja kraja Zamaguria, je veľmi dôležité zhodnotiť charakteristiku lokálnu a to prostredníctvom SWOT analýzy, Táto analýza pozostáva zo zhodnotenia slabých a silných stránok (vnútorná analýza) a charakteristika príležitostí a ohrození tohto kraja (vonkajšia analýza). Vnútorne charakteristiky kraja majú pozitívny alebo negatívny vplyv na rozvoj, predstavitelia tohto kraja majú možnosť ovplyvniť tento rozvoj a to svojimi aktivitami a prístupom. Vonkajšia analýza predstavuje naopak hodnotenia príležitostí, kde za pomoci nich môže kraj tieto príležitosti využiť pre svoj rozvoj, alebo hodnotenie ohrození, ktoré záporne ovplyvňujú prostredie.

### **Silné stránky:**

- veľmi dobré podmienky pre rozvoj cestovného ruchu a služieb s ním späté
- existencia priestoru, na ktorom sa dá rozvíjať cestovný ruch
- vysoký potenciál a prírodné podmienky na poľnohospodárstvo
- čistá nedotknutá príroda
- v kraji sa nachádza vysoký počet kultúrno - historických pamiatok, folklór, ľudové umenie, kultúrne
- prostredie je výhodné pre cykloturistiku
- veľké množstvo lesov
- dostatočné množstvo lesov s veľmi kvalitnou pod povrchovou vodou
- vysoké predpoklady pre kúpeľný cestovný ruch
- priemerná cenová úroveň pre účastníkov cestovného ruchu (domácich a zahraničných turistov)
- vysoká úroveň a zdravotný charakter prírodných a klimatických podmienok
- dobrá geografická poloha kraja
- veľký predpoklad na ďalšie rozvíjanie cestovného ruchu

### **Slabé stránky:**

- veľká nezamestnanosť obyvateľov kraja
- nízka kvalita ubytovacích a stravovacích služieb

- nízky počet atrakcií pre deti a mládež
- slabá podpora zo strany štátu
- malý záujem mladých ľudí v podnikaní v tomto kraji
- nízka propagácia kraja
- mladí obyvatelia majú malý záujem o tradovanie folklóru a tradícií
- malo parkovacích miest
- nízky počet financií na rozvoj cestovného ruchu
- malý počet obchodov s dostatočným sortimentom
- nízke spojenie s okolím za pomoci spojení SAD – Slovenská autobusová doprava
- žiadne zastúpenie cestovných kancelárií a agentúr
- nízka vzdelanosť obyvateľov
- cesty a chodníky sa nachádzajú v zlom stave
- 

**Príležitosti:**

- existujú možnosti pre rozvoj rôznych druhov cestovného ruchu ako je agroturistika alebo kúpeľný cestovný ruch
- existujúce fondy, ktoré môžu podporiť rozvoj cestovného ruchu
- možnosť využívania prírodných zdrojov
- možnosť využitia prírodných zdrojov na agroturizmus
- možnosť využitia štátnych dotácií na podnikanie v agroturizme
- možnosť využitia veľkých zásob dreva
- možnosti spolupráce s Poľskou republikou
- možnosti budovania detských ihrísk a športových areálov
- možnosti budovania informačných tabúl, tvorby propagačných materiálov
- možnosť budovania čerpacej stanice v obci Červený Kláštor
- možnosť využitia starých historických priestorov kaštieľa Červený kláštor na priestory ubytovacie alebo stravovacie
- budovanie parkovacích miest
- možnosť využívania externých zdrojov za účelom chránenia životného prostredia

- budovanie parkov pre deti
- dobudovanie viacerých cyklistických tratí
- dobudovanie turistických chodníkov medzi obcami
- budovanie odpočívadla pri cestnej komunikácii
- vydávanie časopisu pre turistov o živote obyvateľstva
- vytvoriť zastúpenie Taxi služieb
- vybudovanie Aquaparku
- 

**Ohrozenia:**

- odjazdy mladých ľudí do zahraničia, tým spojené malý počet aktívnych ľudí na podnikanie v cestovnom ruchu
- vysoká konkurencia na trhu cestovného ruchu
- nevyužitie potenciálu kraja v oblasti cestovného ruchu
- žiadna spolupráca so združeniami v kraji, ktoré sa venujú rozvoju cestovného ruchu
- neprispôsobenie sa v oblasti kvality služieb stravovacích a ubytovacích v súlade s prosbami a požiadavkami návštevníkov
- slabá podpora kultúry a športu zo strany štátu
- nízky záujem mladých o tradície o folklór
- žiadne ciele mladých
- zlá sociálna situácia mladých rodín, príčinou čoho je kultúra, cestovanie na poslednom mieste v mieste
- malý záujem majiteľov udržiavania kvality svojich ubytovacích a stravovacích zariadení
- malý záujem vzdelávania cudzích jazykov zo strany mladých ľudí
- postupne znečisťovanie lesov turistami

Vypracovaním SWOT analýzy sa zistilo, že kraj Zamagurie má veľa silných aj slabých stránok. Zo všetkých zistených silných vlastností kraja vyplýva, že má veľmi dobre podmienky na rozvoj cestovného ruchu, hlavne kvôli nedotknutej prírode, zaujímavému okoliu a kvôli zaujímavej histórii.



Tieto všetky pozitíva dopĺňajú tradície a folklór obyvateľstva, ktoré taktiež prispieva svojou činnosťou do cestovného ruchu. Z výsledku analýzy silných stránok kraja Zamaguria vyplýva, že tento kraj má naozaj vysoké predpoklady a potenciál na rozvoj cestovného ruchu. Ako každá krajina, mesto, kraj, obec má slabé stránky, nevyhne sa tomuto ani Zamagurie. To že má veľké predpoklady na rozvoj cestovného ruchu to už vieme, ale tomuto rastu zabraňujú negatívne vplyvy alebo taktiež slabé stránky kraja. Medzi najväčšie negatíva patri nízka alebo skôr žiadna podpora od štátu, z toho vyplýva vysoká nezamestnanosť a veľké množstvo mladých ľudí odchádzajúcich do zahraničia za prácou.

Mladí ľudia strácajú záujem o miestne tradície o folklór ale i o možnosti podnikania v tomto kraji. Výsledkom týchto negatívnych vlastností je nízka úroveň ubytovacích a stravovacích zariadení. Žiadna podpora od štátu sa preukazuje aj pri nedostatočnom počte parkovacích miest, cyklotrás, turistických chodníkov, ďalej sa to odráža aj pri nízkom počte autobusových spojení medzi obcami tohto kraja.

Ako bolo spomenuté, tento kraj má veľký potenciál na rozvoj cestovného ruchu a to aj vďaka príležitosti, ktoré má. Je tam veľa možností využitia dotácií na rozvoj agroturizmu, možnosti budovania detských ihrísk, športových centier, vytvoriť zastúpenie cestovných kancelárií a agentúr. Taktiež začať spoluprácu so susedným štátom Poľskom, kde by bola veľmi dobrá možnosť rozvoja cestovného ruchu vďaka tejto spolupráce. Príležitosti je viacero aj z hľadiska šírenia ľudových tradícií za pomoci výdaja časopisu pre turistov.

Tieto všetky pozitíva však ovplyvňujú aj ohrozenia, ktoré nám SWOT analýza pomohla nájsť. Za najväčšie ohrozenie tohto kraja je už spomenuté odchádzanie mladých ľudí do zahraničia. Tento nezáujem je výsledkom viacero ohrození, či je to nízka úroveň služieb, pomaly zabúdajúce tradície a folklór alebo nízky počet nových podnikateľských subjektov. Veľkým ohrozením je aj dnešná sociálna situácia mladých rodín, ktorých ich finančná situácia nedovolí aby boli účastníkmi cestovného ruchu. Všeobecným ohrozením nie len tohto kraja je znečisťovanie prostredia turistami. Toto negatívum sa týka aj Zamaguria, rok čo rok je väčšie percento znečistenia lesov, vôd. Vypracovaním SWOT analýzy sa ukázalo aké sú teda slabé a silné stránky kraja a ich príležitosti, ktoré treba rozvíjať a ohrozenia, ktorým sa treba naopak vyhýbať.

## 9 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU KRAJA ZAMAGURIA

Zamagurie nie je veľmi známi kraj, keďže v tejto oblasti nie je cestovný ruch rozvinutý tak ako v iných krajoch. Nachádza sa tu dostatočný počet ubytovacích zariadení, ale nie na takej úrovni akú majú nároční návštevníci radi. Tento kraj navštevujú slovenskí turisti ale aj zahraniční. Zo zahraničných sú to hlavne Poliaci, Maďari a Nemci, ktorí si začínajú kupovať nehnuteľnosti. Je to veľké pozitívum, pretože práve nemeckí turisti môžu zvýšiť úroveň ubytovacích a stravovacích služieb. Ďalším a veľkým negatívom je, že turisti, ktorí prídu do Zamaguria preferujú takzvanú jednodňovú turistiku, dôvodom je nízky počet stravovacích zariadení a už spomenutá ich nízka úroveň. Tento typ turistiky je pre kraj neefektívny hlavne zo strany ubytovania.

V diplomovej práci nasleduje vypracovanie analýz troch rôznych ubytovacích zariadení a to Kúpeľov Červený kláštor, Penziónu Kaštieľ Hanus a Chaty Pieniny. Tieto ubytovacie zariadenia boli vybrané hlavne kvôli tomu, že sú najobľúbenejšie a najnavštevovanejšie a každé zariadenie sa nachádza v inej obci.

### 9.1 Analýza Kúpeľov Červený Kláštor „Smerdžonka“

Hotel Kúpele Červený Kláštor sa nachádza 1 km od centra obce Červený Kláštor. Budova týchto kúpeľov je súčasne aj budova hotela, kde majú možnosť sa hostia ubytovať. Pri príchode do hotela hostí pri veľkej recepcii privíta milý personál, ktorý je svojou ochotou v okolí veľmi známi. Celkový počet personálu v tomto ubytovacom zariadení je 28. Priamo v hoteli sa nachádza wellness rezortu Smerdžonka. Tieto kúpele sú vhodné pre ľudí s kožnými problémami, neurologickými ochoreniami či pre ľudí s poruchou tráviaceho traktu. Súčasne tieto kúpele spĺňajú materiálne – technické vybavenie, ktoré slúži na vybavenie pre poskytovanie zdravotnej starostlivosti, ktorú prepláť zdravotná poisťovňa, ale je to určené len pre pacientov s kožnými ochoreniami s vekom nad 18 rokov. Medzi najdôležitejšie služby v tomto hoteli patria lekárska vstupná a výstupná prehliadky, liečebné procedúry ako sú balneoterapia, kde patria minerálne kúpele, bylinné kúpele či saturované vaňové kúpele, masáže, elektroliečba, svetlo liečba, fyzioterapia.

Medzi ďalšie veľmi obľúbené služby patria wellness služby, kde sa nachádza aj koktail bar. Po príjemnom prežití svojho dovolenkového času vo wellness, si hostia môžu spríjemniť svoj voľný čas pri bowlingu. Táto atrakcia nie je venovaná len pre hotelových hostí ale je určená aj pre verejnosť. Ako ku každému kvalitnému hotelu patrí reštaurácia tak ani v hoteli Červený Kláštor reštaurácia nechýba. Gastronómia v tomto zariadení patrí medzi veľmi obľúbenú oblasť. Zatiaľ čo v ostatných ubytovacích zariadeniach v kraji Zamaguria môžete ochutnať goralské špeciality, tak práve v hotelovej reštaurácii Hotela Červený Kláštor si hostia môžu pochutnať na talianskej, francúzskej ale i mexickej kuchyni. Samozrejme nemôžu chýbať aj slovenské špeciality, ale na tie si chodia návštevníci pochutnávať do typických slovenských kolíb. V hoteli sa nachádza kongresová miestnosť s kapacitou 100 miest, túto sálu využívajú hlavne firmy z farmaceutického priemyslu. Ako pred každým hotelom ani pred hotelom Červený Kláštor nemôže chýbať parkovisko s kamerovým systémom slúžiace pre hostí z hotela. V grafe o obsadenosti, ktorý sa vypracoval za pomoci štatistík tohto hotela, sa porovnáva využiteľnosť dvojposteľových izieb a apartmánov v rokoch 2012 – 2014. Podľa uvedeného grafu, ktorý sa nachádza v prílohe A je zrejme, že najväčšia obsadenosť bola v roku 2014. Dvojlôžkové izby boli obsadené na 49 % a apartmány na 37 %, naopak najmenšia obsadenosť bola v roku 2012, kde dvojlôžkové izby boli obsadené na 36% a apartmány na 25 %. Pri konzultácii s managerom tohto zariadenia sa zistili aj informácie o tržbách v rokoch 2012 – 2013. Graf, ktorý sa nachádza v prílohe B, kde stojí, že najvyššie tržby tohto zariadenia boli v roku 2014 a to v letných mesiacoch júl ,august. Veľmi úspešný mesiac pre toto zariadenie je aj december, kedy výška tržby presahuje vyše 20 000 eur. Príčinou týchto vysokých tržieb sú vianočné sviatky a zimné prázdniny. Zatiaľ čo najnižšie tržby boli v roku 2012, kedy aj obsadenosť bola veľmi nízka. Hlavným cieľom analýzy Hotela Červený Kláštor je zistenie návštevnosti domácich a zahraničných turistov od roku 2012 -2014. V prílohe C sa nachádza grafické vyjadrenie, z ktorého vyplýva, že tento hotel navštívilo väčšie množstvo domácich hostí ako zahraničných. Z tohto výsledku nevychádza znepokojenie ale je tu príležitosť na rozšírenia ponuky ubytovacích služieb tohto hotela do zahraničia. Podobne ako výška tržieb, návštevnosť od roku 2012 stúpa.

## 9.2 Analýza Penziónu Kaštieľ Hanus \*\*\*

Penzión Hanus sa nachádza v obci Spišské Hanušovce a je postavený na území kaštieľa, ktorý bol pôvodne klasicistický kaštieľ postavený v 19. storočí rodinou Spillenbergovcov. V roku 2008 sa budova zrekonštruovala a premenila sa z kaštieľa na veľmi atraktívne ubytovacie zariadenie. Majiteľmi dnešného penziónu Hanus je rodina Krempaských, ktorí sa venujú podnikaniu naplno. Tvorí jediný personál zariadenia. Bratia Krempaskí pracujú vo výrobnom a odbytovom úseku, zatiaľ čo rodičia sa venujú managementu. Penzión Kaštieľ Hanus\*\*\* ponúka ubytovanie vo veľmi luxusne zariadených izbách 2, 3 lôžkových alebo vo 4 lôžkových apartmánach. Pre naozaj náročných návštevníkov je v ponuke VIP apartmán. Celková kapacita tohto penziónu je 38 lôžok.

Penzión je bohatý aj na gastronomické služby kde vie ponúknuť návštevu svojej reštaurácie, ktorá je zariadená v historickom štýle, návštevu vínnej pivnice, ktorá sa nachádza v pivničných priestoroch kaštieľa. Rodina Krempaská ponúka pre svojich hostí gastronomické zážitky prepojené s goralskou kuchyňou. Túto nezabudnuteľnú gastronómiu dopĺňajú ochutnávkami skvelých slovenských vín. Po gastronomickom zážitku si návštevníci môžu vyskúšať prípravu domáceho džemu, ktorý im ostane ako prezent od rodiny Krempaských. Pre mužov je tu možnosť zúčastnenia sa na pravej goralskej zabíjačky. Jednoducho povedané, každý kto navštívi Penzión Hanus si príde na svoje. Reštaurácia v penzióne Hanus je vyhľadávaná aj kvôli akciám, ktoré majitelia organizujú, ako sú napríklad plesy, zábavy, letné grilovačky so živou hudbou a pod. Penzión Kaštieľ Hanus ako som už spomínala, bol prebudovaný na veľmi luxusné ubytovacie zariadenie, s tým súvisia aj ceny ubytovania, ktoré sú veľmi zaujímavé nato, kde sa tento penzión nachádza.

Tabuľka 2: Cenník Penziónu Kaštieľ'a Hanus \*\*\*

TYP IZIEB		Top sezóna 23.12 - 9.1.	Zimná sezóna 10.1. - 12.4.	Letná sezóna 16.5. - 31.9.	Mimo sezóna 1.10 - 22.12.
Komfort izba	1 os.	50 €	40 €	35 €	30 €
	2 os.	75 €	60 €	55 €	50 €
Apartmán Lux	1 os.	85 €	45 €	40 €	35 €
	2 os.	100 €	75 €	70 €	65 €
Rodinný apartmán	4 os.	120 €	95 €	90 €	85 €
Prístelka	dospelý	20 €			
Prístelka	deti do 12 r.	12 €			
Dieťa do 3 rokov	ZDARMA				

Zdroj: autor práce, 2015

V prílohe C je vyjadrenie obsadenosti tohto penziónu z hľadiska domácich a zahraničných hostí. V hoteli Červený Kláštor platí, že návštevnosťou hotela preferujú domáci klienti a rok čo rok pomaly návštevnosť stúpa, čo v prípade penziónu Hanus je to približne rovnaké zastúpenie, a však v roku 2013 bola vyššia návštevnosť zahraničných turistov ako v roku 2014. Príčinou tohto rozdielu bola prítomnosť švédskych športovcov, ktorí boli v tomto penzióne ubytovaní celý mesiac máj.

### 9.3 Analýza Chata Pieniny

Chata Pieniny je postavená v obci Lesnica neďaleko miesta kde je stanovište na výstup z atrakcie plťí Toto miesto leží blízko pri hraničnom priechode do Poľska – Szczawnica. Táto chata je vhodná pre turistov, ktorí obľubujú predovšetkým pešie túry do poľských či slovenských Pienin, pre turistov, ktorí majú v obľube cyklotúry, bežeké lyžovania, či splavy riek. Kapacita tohto ubytovacie zariadenia je 51 miest v šesťpostelových izbách. Chata ponúka aj stravovacie služby, ktoré sú veľmi vyhľadávané, pretože chata Pieniny je prvou zástavkou pre turistov, ktorí využívajú atrakciu na Dunajci a to plavbu na pltiach. Turisti, ktorí navštívia reštauráciu chaty Pieniny, určite na zážitok či gastronomický alebo kultúrny nezabudnú.

Reštaurácia a terasa s kapacitou 200 miest ponúka bohatý jedálny lístok so slovenskými špecialitami, ktorú dopĺňa každodenná živá hudba. Pre chatu Pieniny je veľmi známe organizovanie piknikov s goralskou muzikou po splave Dunajca, kde sa podávajú pečené špeciality ako sú pečené barany, údené pstruhy a kotlíkový guláš.

Majitelia chaty zabezpečujú atrakcie ako sú napríklad jazdy na koňoch v zime na saniach, sprievodcovské služby. Netypickou atrakciou tohto okolia nájdete práve na mieste, kde sa chata Pieniny nachádza. V tomto zariadení je možné získať aj titul Gorala za pomoci pridelenia diplomu. Možnosť získania titulu však nemajú všetci, nato aby človek bol korunovaný za gorala, musí niečo urobiť pre tento kraj. Väčšinou tento titul dostávajú sponzori, politici, alebo ľudia, ktorí sa zaslúžili o nejaký dobrý čin. V prílohe sa diplom korunovácií nachádza. Pre túto chatu bol rok 2014 veľmi úspešný. Majiteľ chaty Pieniny bol vyhlásený za podnikateľa roka. Zásluhou pridelenia tohto titulu sa chata Pieniny v decembri 2014 zatvorila, a začala rekonštruovať k lepšiemu. Predpokladané zmeny sú vo vybudovaní wellness centra a kompletnej prestavby chaty. Práve táto renovácia je veľkým pozitívom pre cestovný ruch. V prílohe D je znázornená percentuálna návštevnosť turistov z hľadiska národností. Keďže sa chata Pieniny nachádza na hraniciach s Poľskou republikou najväčšie percento získali práve poľskí turisti, ktorí tvoria 36 % návštevnosti. Hneď za nimi sú slovenskí hostia s 34 %. Najnižší počet tvoria Nemci (9 %), čo neznamená, že sa to v blízkej budúcnosti nemôže zmeniť. Z tohto výsledku vyplýva aj výsledok grafu v prílohe E. Kde práve poľskí turisti zmenili do teraz rovnaké výsledky. Keďže do teraz sa v skôr spomenutých ubytovacích zariadeniach prevyšovala návštevnosť domácich turistov, práve v tejto chate Pieniny je to naopak. Nie je to veľký rozdiel, ale napriek tomu je vyššia návštevnosť zo strany zahraničných hostí. Okrem štatistiky troch ubytovacích zariadení je možné v prílohách vidieť, porovnanie počtu prenocovaní na Slovensku v rôznych mestách. Na základe tejto štatistiky je vytvorený graf, kde je počet prenocovaní od roku 2012 – 2014 v rôznych mestách Slovenska. Z uvedeného prílohy F sa zistilo, že najvyšší počet prenocovaní je v hlavnom meste Bratislava, a za ňou na druhom mieste sú Vysoké Tatry a celý región. Tento výsledok nie je prekvapivý, keďže v týchto mestách je cestovný ruch najviac rozvinutý. Najmenšie počty prenocovaní sú v mestách Banská Bystrica, Nitra a Žilina.

Z tohto výsledku nevyplýva, že tieto mestá sú menej atraktívne, alebo žeby neboli bohaté na cestovný ruch, avšak sú menej navštevovanejšie.

Na záver troch analýz vybraných ubytovacích zariadení sa zistilo, že kraj Zamagurie navštívilo v roku 2014 väčší počet domácich turistov. Bolo to 60,30 %, zato zahraničných návštevníkov prišlo do tohto krásneho kraja 39,60 %.

Tabuľka 3: Priemer návštevnosti zahraničných a domácich turistov

ROK 2014		
Ubytovacie zariadenie	domáci turisti	zahraniční turisti
Kúpele Červený Kláštor	75%	25%
Penzión Kaštieľ Hanus	72%	28%
Chata Pieniny	34%	66%
<b>PRIEMER</b>	<b>60,30%</b>	<b>39,60%</b>

Zdroj: autor, 2015

Zo získaných informácií a údajov a vypracovaním grafov sa zistilo, že návštevnosť kraja Zamaguria rok čo rok stúpa. Je to určite veľké pozitívum, avšak rast turistov je veľmi pomaly. Nato aby sa zistilo niečo viac o atraktivite kraja Zamagurie, vytvoril sa dotazník, ktorý bol predložený do Hotela Červený Kláštor, Penziónu Kaštieľ a Hanus a do Chaty Pieniny. V každom z týchto zariadení je iná kapacita hostí a iný segment. Dotazníkové šetrenie sa uskutočnilo v mesiaci August, kedy v tomto kraji bola vysoká návštevnosť z dôvodu letných prázdnin. Celé skúmanie prebiehalo 2 týždne. Dotazníky bol umiestnený na recepcie podnikov, kde personál žiadal turistov aby sa zúčastnili výskumu. Dotazník obsahoval desať jednoduchých otázok, ktoré boli zostavené jednoduchou formou tak, aby návštevníka nezdržovali. Svoj názor vyjadrilo 647 respondentov, ktorí boli ochotní vyplniť tento dotazník. Na prvú otázku odkiaľ sa o kraji Zamagurie dozvedeli, 71,5 % turistov odpovedalo za pomoci internetu, 21,8 % za pomoci odporúčaní, 27 % návštevníkov sa dozvedelo o kraji náhodne, a posledných 2,5 % turistov boli obyvatelia blízkeho okolia.

Na druhú otázku smerovanú na najkrajšiu obec kraja Zamagurie vyhrala s 68,4 % obec červený Kláštor, s 10,5 % obec Osturňa.

Dedinka Spišské Hanušovce a Matiašovce získali 0,7 % a 0,3 %.

Tretia otázka, ktorá znela, že prečo si vybrali práve túto obec, väčšina návštevníkov odpovedali z dôvodu peknej prírody (79,5%), 18,5 % odpovedí bolo z dôvodu kultúrnych pamiatok a návštevníci, ktorých bolo len 2 % si vybrali možnosť z krátkodobej vzdialenosti.

Vďaka vyplneniam dotazníkov sa zistilo, koľko percent ľudí navštívilo tento kraj po prvý krát. 75 % ľudí prišlo do Zamaguria po prvý krát a 25 % ľudí navštívilo tento kraj už viacero krát.

Veľmi pozitívnymi odpoveďami boli výsledky z otázky, či sa návštevníci budú chcieť vrátiť do tohto kraja, kde 75 % ľudí odpovedalo kladne a 25 % záporne.

Nasledujúce otázky boli typu otvorených odpovedí, kde turisti mohli vyjadriť svoj názor. Na otázku, že čo sa im najviac páčilo pri návšteve Zamaguria, väčšina polovica hostí odpovedalo, že najviac sa im páčila nedotknutá príroda, tiché prostredie, atrakcie typu pltníctva, raftu a príjemné správanie obyvateľov.

Pri otázke, čo sa im práve naopak nepáčilo zazneli odpovede typu nízkej úrovne ubytovacích a reštauračných zariadení, nízky počet atrakcií pre deti, žiadna možnosť nákupných síl, nízka úroveň verejnej dopravy.

Po týchto otvorených odpovediach nasledovala otázka, či by návštevníci si vybrali túto destináciu znova. 52 % ľudí odpovedalo odpoveďou áno, 43 % možno a odpoveď nie vyznačilo 5 %. Posledné dve otázky slúžili na návrh od návštevníkov, akým spôsobom by oni zlepšili oblasť Zamaguria. Čo by chceli nove nájsť ak by sa opäť rozhodli vrátiť a čo im pri tejto návšteve Zamaguria chýbalo. Pri ďalšej návšteve by chceli nájsť nové ubytovacie zariadenia, s kvalitnými stravovacími službami a doplnkovými službami ako sú napríklad wellness centrá, nočné podniky. Možnosť spoznať život obyvateľstva kraja Zamaguria, vidieť ich spôsob života a vedieť o histórii kraja viac. Chceli by využívať verejnú dopravu, ktorá by mala vyššiu využiteľnosť a kvalitnejšie služby.

Pri poslednej otázke boli respondenti veľmi struční, na otázku, že čo chyba v tomto kraji bola najčastejšia odpoveď peniaze a nove podnikateľské subjekty. Vyplnením tohto dotazníka sa vyjadrili hostia veľmi stručne a efektívne. Dotazník ukázal, prečo si návštevníci vyberajú tento kraj na návštevu a čo by v ňom najradšej zmenili.



## 10 NÁVRHY PRE ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU

Vypracovaným Swot analýzy, súčasnej analýzy a analýzy troch vybraných ubytovacích sa zistilo veľa zaujímavých faktov o kraji Zamaguria. Najdôležitejším faktom je, že práve potenciál rozvoja cestovného ruchu je veľmi vysoký. Súčasne navštevuje Zamagurie nižšie množstvo turistov s porovnaním iných krajov. Dôvody tejto nižšej návštevnosti boli už spomenuté vo SWOT analýze v slabých stránkach kraja.

V následnej časti diplomovej práce budú poskytnuté návrhy, ktoré by pomohli pri zvýšení počtu návštevnosti. Cieľom je aby Zamagurie napredovalo, aby malo vyššiu atraktivitu a hlavne vyššiu návštevnosť. Hlavné nedostatky, ktoré zabraňujú k rozvoju cestovného ruchu je propagácia, služby, podpora štátu a cena. Propagácia je veľmi dôležitá, pretože tvorí vzťah medzi poskytovateľmi cestovného ruchu s potenciálnymi zákazníkmi. Cieľom propagácie je správne presvedčiť a motivovať turistov tak, aby navštívili kraj Zamaguria. Cieľom by mala byť propagácia kraja z hľadiska ponuky v oblasti histórie, prírody a z hľadiska atrakcií. Typy propagácií, ktoré by sa dali využiť by boli reklama, internet a propagačné materiály.

Reklama je veľmi nákladný spôsob propagácie, ale pre niektoré podnikateľské subjekty potrebný. Oslovuje vysoký počet potenciálnych zákazníkov, no nevýhodou je, že je jednostranná, pretože podnik sa nikdy nedozvie, koľko zákazníkov oslovil. Pre kúpele Červený Kláštor, je tento typ propagácie výhodný, keďže v tejto dobe ľudia preferujú pobyty s kúpeľným a relaxačným charakterom, stačí len informovať potenciálnych návštevníkov o tomto zariadení. Ďalším fungujúcim typom propagácie sú reklamné materiály ako sú napríklad brožúry a katalógy. Ubytovacím a stravovacím zariadeniam by bolo výhodné vypracovať reklamné brožúry, ktoré by majitelia podnikov ponúkli do rôznych informačných centier, reklamných agentúr, či kancelárií. Tento typ reklamy by fungoval aj v spolupráci so susedným štátom Poľskom, v spolupráci s poľskými cestovnými kanceláriami a agentúrami. Na Slovensku existujú cestovné kancelárie ponúkajúce len destinácie, ktoré sa nachádzajú na našom území. Veľkým prínosom pre ubytovacie zariadenia je sa zaregistrovať práve do týchto katalógov, ktoré hľadajú zákazníkov po celom Slovensku. Finančná náročnosť registrácie do týchto katalógov nie je žiadna, preto si tento spôsob reklamy môže dovoliť každý, či sú to hoteli, penzióny ale i chaty.

Najpoužívanejšia a najefektívnejšia reklama tejto doby je internet, je to celosvetový uznávaný spôsob buď komunikácie alebo na vyhľadávanie informácií. Veľmi dôležité je mať kvalitne vypracované informácie o kraji a jeho podnikateľských subjektoch. Pokiaľ sú na internete kvalitne a dostatočne vypracované informácie, môže to priniesť želaný úžitok pre majiteľov podnikateľských subjektov. V dnešnej dobe existuje veľký počet portálov, ktoré sa práve venujú propagácii ubytovacích a stravovacích zariadení. Tento spôsob by bolo najlepšie navrhnúť aj majiteľom zariadení v kraji Zamagurie. Denne tieto portály navštevujú tisíce potenciálnych klientov cestovného ruchu, ktorí možno ani netušia, že kraj Zamagurie existuje. Ďalším dôležitým faktorom, ktorý ovplyvňuje potenciál cestovného ruchu je cena. Cena je hlavným základom každého marketingu. Mala by byť nastavená tak, aby návštevník bol ochotný zaplatiť za danú službu. Cez letné a zimné sezóny ceny automaticky stúpajú, čo robí problém väčšine mladým rodinám a ľuďom, ktorí si nemôžu dovoliť navštíviť dané zariadenia. Ceny by mali byť nastavené tak aby si služby v cestovnom ruchu mohli dovoliť viaceré skupiny ľudí, preto by bolo vhodné navrhnúť napríklad rôzne regionálne a rodinné zľavy, aby aj domáce obyvateľstvo si vyskúšalo služby cestovného ruchu v kraji, v ktorom žijú. Napodobne by bolo fungujúce, keby sa ponúkli vyššie zľavy na atrakcie ako je pltníctvo a rafting. Skupinové zľavy by nalákali viacero turistov na vyskúšanie tejto atrakcie a regionálne zľavy by priniesli vyšší počet domácich turistov návštevníkov aby spoznali tento krásny kraj. Vystavovanie zliav podnikatelia nemajú v obľube, ale je to veľmi dobrý spôsob a ako zvýšiť návštevnosť cestovného ruchu. V cestovnom ruchu sa návštevníci stretávajú s najdôležitejším nástrojom a to so službami. Čím sú vyššie služby tým sú zákazníci automaticky spokojnejší, ako sa zistilo z analýz, veľkým nedostatkom tohto kraja je nízka úroveň služieb, z čoho vyplýva nižšia návštevnosť. Návštevnosť je odrazom kvality a atraktivity prostredia, krajina Slovensko síce nemôže ponúknuť more a slnečné pláže ale naopak krásne prostredie plné ihličnatých lesov a hornatej krajiny s čistým vzduchom. V tejto dobe láka turistov domácich ale aj zahraničných vysokohorská turistika, práve preto má Zamagurie vysoký potenciál v cestovnom ruchu, len ho treba využiť a nato je veľmi dôležitý ľudský faktor. Pre kvalitnejšie služby je potrebný zákaznícky servis, ktorý si vyžaduje ochotný personál.

V dnešnej dobe je časté sa stretávanie s neochotným personálom vo viacerých službách cestovného ruchu, dôvodom je žiadna motivácia a nízke finančné ohodnotenie. Jediný spôsob ako získať kvalitný personál je si ho vedieť ohodnotiť. V tejto dobe sa naskytujú často situácie kedy v ubytovacích a stravovacích zariadeniach je možné sa stretnúť s nekvalifikovaným personálom, ktorý je príčinou nízkej úrovne služieb, z čoho vyplýva nízka návštevnosť, preto dôležitým návrhom pre majiteľov týchto zariadení je aby si našli kvalifikované zastúpenie personálu, pretože táto investícia sa v budúcnosti určite vráti.

Ďalšími alternatívami, ktoré by napomohli k vyššej návštevnosti je navrhnutie zlepšení. Majiteľom podnikateľských subjektov by pomohlo ak by požiadali o rôzne dotácie od štátu na zlepšenie situácie a na ďalší rozbeh v podnikaní, to by napomohlo v určitom posune cestovného ruchu. Ako bolo spomenuté i vo SWOT analýze pri slabých stránkach, v kraji Zamagurie chýba chcenie a túžba mladých ľudí podnikat' a rozvíjať cestovný ruch. Na zlepšenie tohto stavu by napomohlo organizovanie vzdelávacích školení o podnikaní. Tvorcami týchto podnikateľských kurzov by boli úspešní podnikatelia, ktorí by ukázali mladým ľuďom potenciál kraja a zároveň ich obohatili o ich vlastné úspechy ale i prekážky, ktoré sú s podnikaním späté. Mladým ľuďom sa treba nechať realizovať a dať im možnosť získať dotácie na podnikanie, ktoré môžu získať od štátu. Ďalším návrhom na zlepšenie by bolo vo vybudovaní aquaparku, kde by turisti mohli tráviť svoj dovolenkový čas, momentálne najbližšie aquacentrum sa nachádza v Poľskej republike, v letných mesiacoch je možné stretnúť práve v tomto poľskom aquaparku aj mnoho slovenských turistov. Vybudovaním takého to parku, by sa vyriešila ďalšia slabá stránka Zamaguria, ktorou je nedostatok detských atrakcií. Zamagurie by sa stalo atraktívnejšie aj pre obyvateľov susedných miest ako je Spišská Belá a Kežmarok. V nasledujúcej podkapitole som navrhnutir vybudovanie Goralskej dediny, kde si turista nájde všetko čo potrebuje, či je to kvalitné ubytovacie a stravovacie služby, atrakcie pre dospelých a mladých návštevníkov, relax a oddych či tradície, folklór ale goralskú kultúru. Vďaka takému to projektu by sa na Zamagurí zvýšil počet návštevníkov, zachovávala by sa tradícia a ďalším pozitívom by bolo otvorenie nových pracovných miest pre obyvateľov kraja.

## 10.1 Projekt Goralská dedina

Goralská dedina svojím vybudovaním, by vyriešila väčšinu nedostatkov, ktoré boli zistené vypracovaním SWOT analýzy, analýzy súčasného stavu a za pomoci dotazníka, ktorý bol predložený pre hosti vybraných troch ubytovacích zariadení. Dedina by sa nachádzala pred Zamagurským sedlom, kde je začiatok vstupu do Zamaguria. Hneď pri hlavnej ceste by stal veľký zaujímavý drevený pútač s vyrezanými goralskými znakmi, ktorý by neprehliadol žiaden okolo cestujúci. Vstup do goralskej dedinky by bol v lete označený levanduľovými záhonmi a naopak zime upravenou zasneženou cestou pokrytou svietiacimi lampášmi.

Goralská dedina by obsahovala viacero budov, pri vstupe do dediny by stála hlavná budova celej dediny a to hlavný hotel (drevený zrub) s recepciou, kde by si návštevník vybral typ ubytovacieho zariadenia. V ponuke by bolo ubytovacie zariadenie vyššej triedy a nižšej triedy. Vyššej triedy by to bol už spomínaný hotel s recepciou, v tomto zariadení by sa nachádzali luxusne zariadené izby na goralsky štýl, čo znamená veľké drevené postele ozdobené goralskou vyšívanou posteľnou bielizňou, veľké drevené okná s goralskými ľanovými závesmi. Kúpeľňu by zdobila veľká mramorová vaňa pri okne s výhľadom na dolinu Zamaguria. V hoteli by sa nachádzala moderná reštaurácia ponúkajúca goralské špeciality podávané na štýl modernej gastronómie. V kamenne pivnici tohto hotela by sa nachádzala veľká vinotéka s výbornými slovenským vínom. V týchto priestoroch by bolo možné organizovanie akcií ako sú napríklad svadby, oslavy, stretnutia ale večerné posedenia doplnené živou hudbou. V pivničných priestoroch by bol vybudovaný wellness s bazénom. Tento hotel by slúžil pre typ náročného zákazníka. V tomto zariadení by našiel všetko čo si tento typ vyžaduje. Pred hotelom, ktorý by tvoril hlavnú budovu by boli postavené typické goralské drevenice, slúžiace taktiež na ubytovanie. Každá drevenica by mala svoju kuchynku, spálňu, detskú izbu a sociálne zariadenie. Pred každou dreveničkou by sa nachádzala záhradka s možnosťou ochutnania bio zeleniny. Návštevníci, ktorí by si vybrali tento typ ubytovania, by sa mohli počas svojho pobytu starať aj o svoje zvieratá, ktorým by bol kôň, pretože hneď vedľa týchto pekných dreveníc by sa nachádzala kónská farma.

Táto konská farma by bola atrakcia pre dospelých ale aj pre deti, cieľom tejto farmy by však bola hipoterapia, slúžiaca na rehabilitáciu komplexne celého tela z hľadiska fyzickej ale aj psychickej stránky. Pre tento typ hostí, ktorí by navštevovali hypoterapiu by bola zvlášť ubytovacie zariadenie s lekárskou starostlivosťou. Zariadenie by bolo taktiež drevený zrub, síce na nižšej úrovni ale s kvalitnými doplnkovými službami. V tomto ubytovacom zariadení by sa nachádzala typická slovenská reštaurácia s výbornými slovenskými špecialitami.

Ráno by sa v tejto reštaurácii podávali raňajky pre hostí ale následne po raňajkách by bola otvorená aj pre verejnosť. Cenová úroveň tejto reštaurácii by bola avšak nižšia ako v spomínanom hoteli. V tejto potenciálnej goralskej dedinke by sa nachádzali aj dva obchody. Jeden typický s každodenne potrebným tovarom a v druhom by sa predávali domáce výrobky z kraja Zamaguria. Cez dedinku by prechádzal umelo vytvorený potôčik plný pstruhov, ktoré by slúžili na rybárčenie. Blízko pri ihličnatom lese by stál malý amfiteáter, kde by sa odohrávali kultúrne programy, slúžiace na predstavenie goralskej kultúry. Každý deň počas letnej a zimnej sezóny by sa predstavovali zvyky tohto kraja ako sú napríklad svadby, oslavy fašiangov, zvyky počas vianočných sviatkov. Taktiež by sa predstavili goralské súbory so svojimi ľudovými piesňami. Návštevníci tejto dedinky by našli v nej všetko čo Zamagurie ponúka, od svojich zvykov, kultúry, gastronómie a hlavné milých úslužných ľudí. Existencia takejto dediny by vyriešila väčšinu nedostatkov, ktoré kraj Zamagurie má, hlavne by slúžila pre všetkých turistov, či by to boli náročný alebo turisti, ktorých ich finančná situácia nedovolí sa stať často účastníkmi cestovného ruchu. Samozrejme, že vybudovanie niečoho takého je veľmi finančne náročné, preto do tohto projektu by bolo najideálnejšie viacero odvážnych ľudí, ktorí by mali chuť, odvahu a hlavne myšlienku pre rozvoj cestovného ruchu Zamaguria. V súčasnosti na tomto mieste pred Zamagúrsnym sedlom stojí veľký zrubový dom, ktorého myšlienkou bolo sa stať spomínanou goralskou dedinou, avšak nenašli sa tí dôležití ľudia, ktorí by niečo tak krásne vytvorili.

## ZÁVER

V tejto diplomovej práci sa podarilo objasniť pojem cestovný ruch a všetky informácie, ktoré do cestovného ruchu patria. Podarilo sa identifikovať jednotlivé atraktivity cestovného ruchu, ktoré má kraj Zamagurie. Vypracovaním práce sa zhodnotil skutočný stav Zamaguria v oblasti potenciálu cestovného ruchu. Za pomoci tohto skutočného stavu sa zistilo čo patrí medzi najatraktívnejšie časti, zistili sa jeho nedostatky a tak i príležitosti, ktoré utvrdili, že práve tento kraj so svojimi krásami patri naozaj do popredia medzi kraji Slovenskej republiky. Hlavne to platí o prírodných atraktivitách, vďaka ktorým je tento kraj Zamaguria od iných krajov Slovenka odlišný. Okrem týchto prírodných atraktivít v kraji Zamaguria vystupuje aj veľa kultúrno – historických atraktivít, ktoré svojou historickou hodnotou naozaj od ostatných pamiatok vynikajú. Kraj Zamaguria sa nachádza v Pieninskom národnom parku, ktoré je známe svojimi krásami či je to flóra alebo fauna, vďaka týmto vlastnostiam má práve kraj Zamagurie vysoký potenciál na rast cestovného ruchu. Okrem spomenutých atraktivít, ktoré pôsobia na kraj pozitívne existujú aj faktory, ktoré naopak pôsobia negatívne. Príkladom je hlavne zlá finančná situácia kraja, zlý technický stav ciest, slabá propagácia kraja. Vypracovaním analýz, či to bolo troch ubytovacích zariadení, SWOT analýzy či predloženie dotazníka vyšli výsledky, ktoré poukázali, že tento kraj má okrem pozitívnych vlastností aj nedostatky, ktoré zabraňujú rast potenciálu cestovného ruchu. Podstatným výsledkom týchto analýz bola aj návštevnosť domácich a zahraničných turistov, kde sa poukázalo, že tento kraj navštevuje väčšie percento domácich návštevníkov i keď práve tento kraj má vysoký potenciál pre rozvoj návštevnosti hlavne z hľadiska zahraničných turistov, keďže Zamagurie sa nachádza na hranici s Poľskou republikou. Na záver diplomovej práce sa vypracoval projekt „Goralskej dediny“, kde sa jedným projektom odstránilo viacero slabých strán z hľadiska potenciálu rozvoja cestovného ruchu. Vybudovaním tohto komplexu, by sa odstránil hlavný problém kraja a to vysoká nezamestnanosť s ktorou súvisí aj potenciál rozvoja, keďže veľa mladých ľudí odchádza za prácou do zahraničia a priestor na podnikanie nie je využitý. Práve tento spôsob zlepšenia by vyriešil cieľ diplomovej práce, ktorý bol rozšíriť potenciál cestovného ruchu v kraji Zamaguria.

## ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

### Zoznam použitých slovenských zdrojov

KASPAR, C. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1995. 123,136, 142 s. ISBN 80-901166-5-5.

GÚČIK, M. et al. *Výkladový slovník - cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2006. 221 s. ISBN 80-10-08360-3.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. časť. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2011. 73, 109, 111, 148 s. ISBN 978-80-89090-93-8.

FERNER, F. K.. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava, SPN 1993, 209, 231 s., ISBN 80-7137-365-6.

KUČEROVÁ, J. a A. STRAŠÍK a E. ŠEBOVÁ.. *Ekonomika podniku cestovného ruchu*, Banská Bystrica, Slovak-Swiss Tourism, 2010, 146 s. ISBN 978-80-89090-75-4.

TVRDOŇ J. a M. HAMALOVÁ a E. ŽÁRSKA. *Regionálny rozvoj*, ES EU Bratislava, 1995, 18, 118, 122 s.,

GÚČIK, M. et al. 2. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2010. 112, 116, 121, 152 s. ISBN 978-80-89090-67-9.

FERNER, F. K. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava, SPN 1993, 209 s., ISBN 80-7137-365-6.

SNIŠČÁK V. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava, Ekonóm 1997, 102, 110, 124 s., ISBN 80-85668-24-6.

BOROVSKÝ, J., *Popis Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava: IURA Edition,2008.162s. ISBN 978-80-8078-215-3.

FALTAN E. a J. PAŠTIAK. *Regionálny rozvoj Slovenska, východiská a súčasný stav*, SAV Bratislava, 2004, 98, 99 s. ISBN 8008554403500.

BEŇUŠKOVÁ Z., et al. *Tradičná kultúra regiónov Slovenska*, VEDA, 2005, 23 s. ISBN 8022408530.

BALÁŽ V. *Regionálny management cestovného ruchu v Slovenskej republiky v rámci politiky EÚ*, Prognostický ústav SAV, 1994, 119 s. ISBN 0862-9137.

RÝGLOVÁ, K. a M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ., *Cestovní ruch- podnikateľské princípy a príležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011, 209 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

IVANOVIC Z., *Zdroje financovania podnikov cestovného ruchu. Aktivizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike, 2.časť*, Bratislava: JAMEX,1998, 144 s. ISBN 80-967910-3-6.

BAUER R. et al. *Dobré spravovanie rozvoja regiónov–výzva pre Slovensko*. Košice:KRI,2010, 167 s. ISBN 978-80-970368-0-5.

BALÁŽ V. *Regionálny management cestovného ruchu v Slovenskej republiky v rámci politiky EÚ*, Prognostický ústav SAV, 1994, 113 s. ISBN 0862-9137.

### **Zoznam použitých zahraničných zdrojov**

SHMOLL, G.A. *Tourism Promotion*, London, Tourism International Press, 1977, 21 s., ISBN 978-09-04873072.

POON, A. *A new Turismo Scenario – Key Future Trends*. In: Tourism Intelligence International, Berlin, 2003, ISBN 2182-5580.

HORNER S. a J. SWARBROOKE. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*, Grada, 2003, 26, 48, 37, 64 s., ISBN 80-247-0202-9. -0.

### **Zoznam použitých internetových zdrojov**

World Tourism [online]. 2015 cit. [2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.world-tourism.org/>

### **Zoznam použitých ostatných zdrojov**

Recommendation on Tourism Statistics, WTO, Madrid, 2008, 2 s., ISBN 978-92-1-161521-0.



## **ZOZNAM SKRATIEK**

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

HDP – hrubý domáci produkt

CR – cestovný ruch

V4 – vyšehradská skupina

## **ZOZNAM TABULIEK**

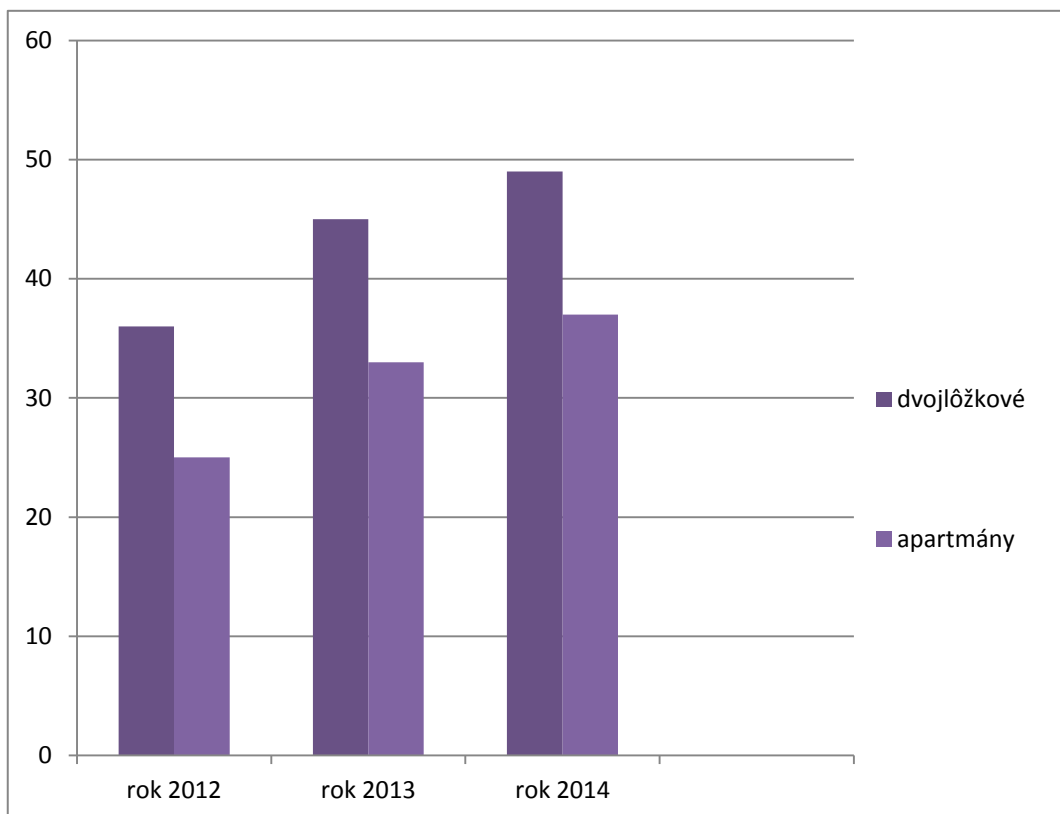
Tabuľka 1: Porovnanie výdavkov, príjmov, prenocovaní, agentúr V4 .....	28
Tabuľka 2: Cenník Penziónu Kaštieľa Hanus *** .....	61
Tabuľka 3: Priemer návštevnosti zahraničných a domácich turistov .....	63

## ZOZNAM PRÍLOH

Príloha A: Obsadenosť Kúpeľov Červený Kláštor v rokoch 2012 - 2014 vyjadrené % - graf + tabuľka .....	I
Príloha B: Tržby Kúpeľov Červený Kláštor v rokoch 2012 - 2014 vyjadrené v € - grafy + tabuľka .....	II
Príloha C: Vyjadrenie návštevnosti domácich a zahraničných návštevníkov v rokoch 2012 - 2014 v Kúpeľoch Červený Kláštor - grafy + tabuľka .....	III
Príloha D: Vyjadrenie návštevnosti domácich a zahraničných turistov v penzióne Kaštieľ Hanus v rokoch 2012 - 2014 - graf + tabuľka.....	IV
Príloha E: Národnostné zloženie hostí rok 2014 vyjadrené v % - graf + tabuľka .....	V
Príloha F: Vyjadrenie návštevnosti domácich a zahraničných hostí Chaty Pieniny - graf + tabuľka .....	VI
Príloha G: Porovnanie počtu prenocovaní za jednotlivé roky v mestách na Slovensku - graf + tabuľka .....	VII
Príloha H: Diplom korunovácie za Gorala .....	VIII
Príloha I: Dotazník pre účastníka cestovného ruchu .....	IX
Príloha J: Mapa Zamaguria.....	XI
Príloha K: Fotografie kraja Zamagurie .....	XII

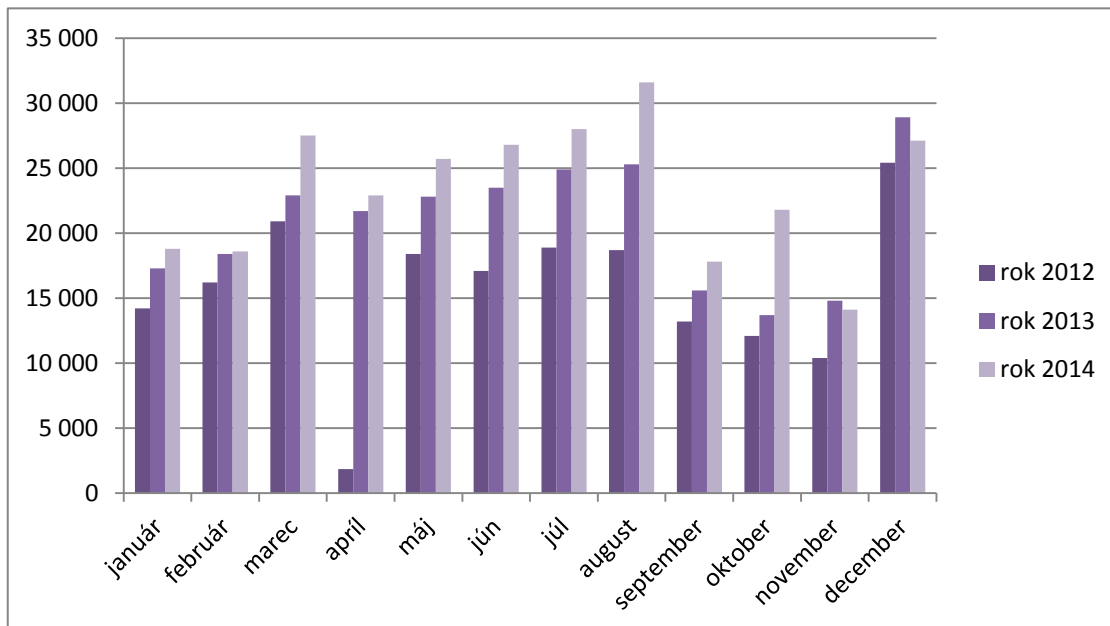
## PRÍLOHY

Príloha A: Obsadenosť Kúpeľov Červený Kláštor v rokoch 2012 - 2014 vyjadrené % - graf + tabuľka



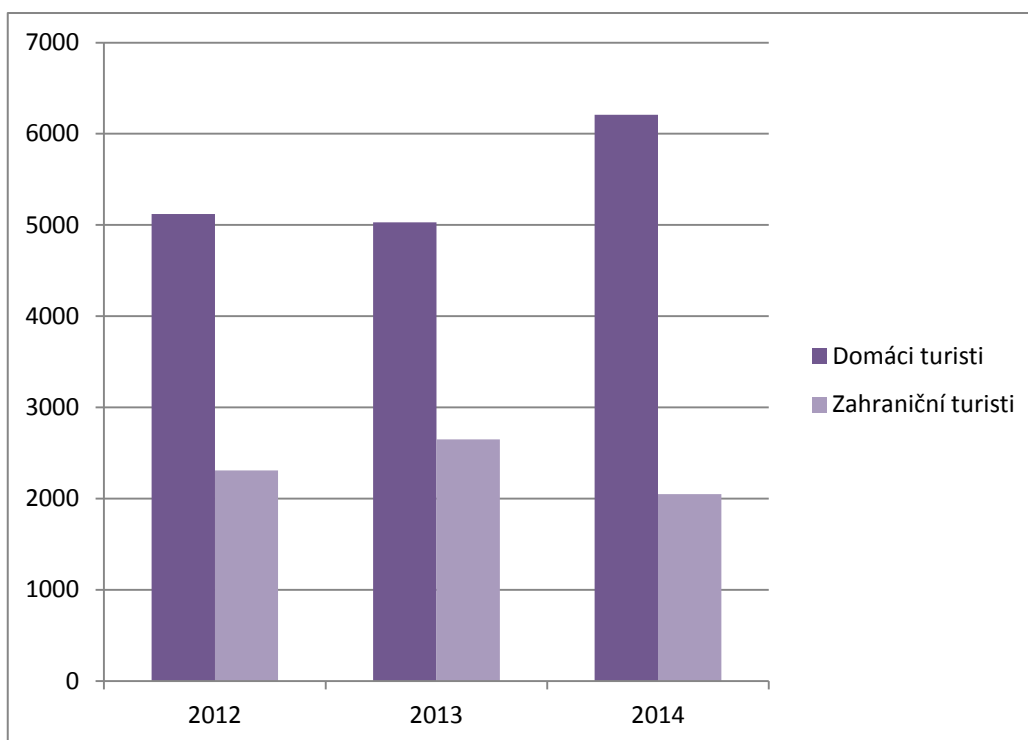
	TYPY IZIEB	
	dvojlôžkové	Apartmány
rok 2012	36	25
rok 2013	45	33
rok 2014	49	37

**Príloha B: Tržby Kúpeľov Červený Kláštor v rokoch 2012 - 2014 vyjadrené v € - grafy + tabuľka**



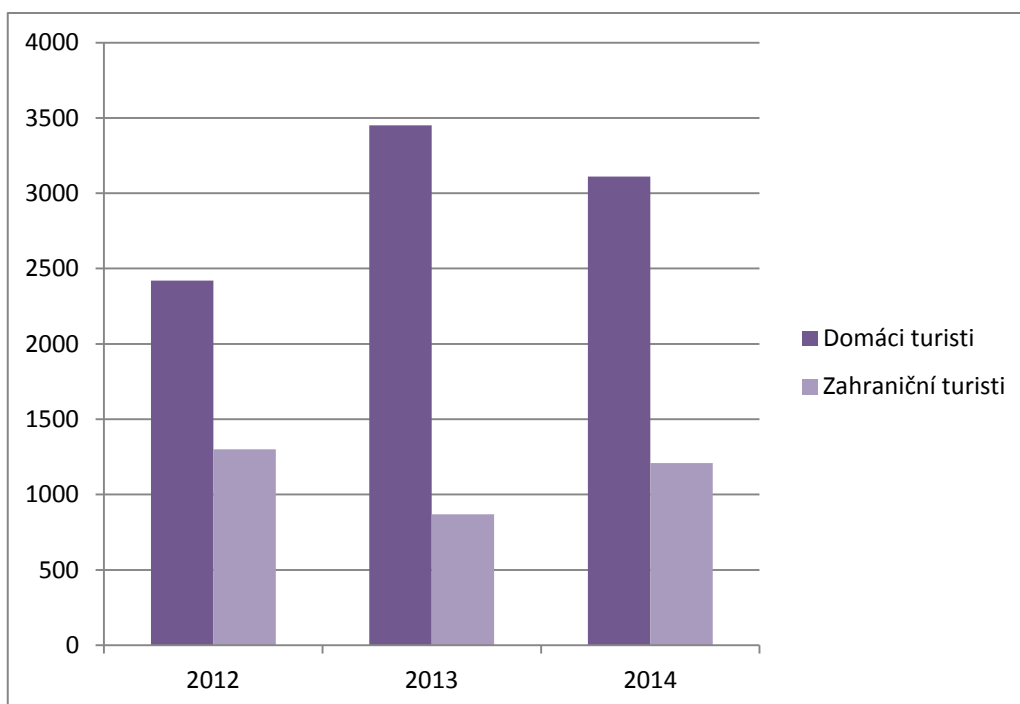
mesiac	rok 2012	rok 2013	rok 2014
január	14 200	17 300	18 800
február	16 200	18 400	18 600
marec	20 900	22 900	27 500
apríl	1 860	21 700	22 900
máj	18 400	22 800	25 700
jún	17 100	23 500	26 800
júl	18 900	24 900	28 000
august	18 700	25 300	31 600
september	13 200	15 600	17 800
október	12 100	13 700	21 800
november	10 400	14 800	14 100
december	25 400	28 900	27 100

**Príloha C: Vyjadrenie návštevnosti domácich a zahraničných návštevníkov v rokoch 2012 - 2014 v Kúpeľoch Červený Kláštor - grafy + tabuľka**



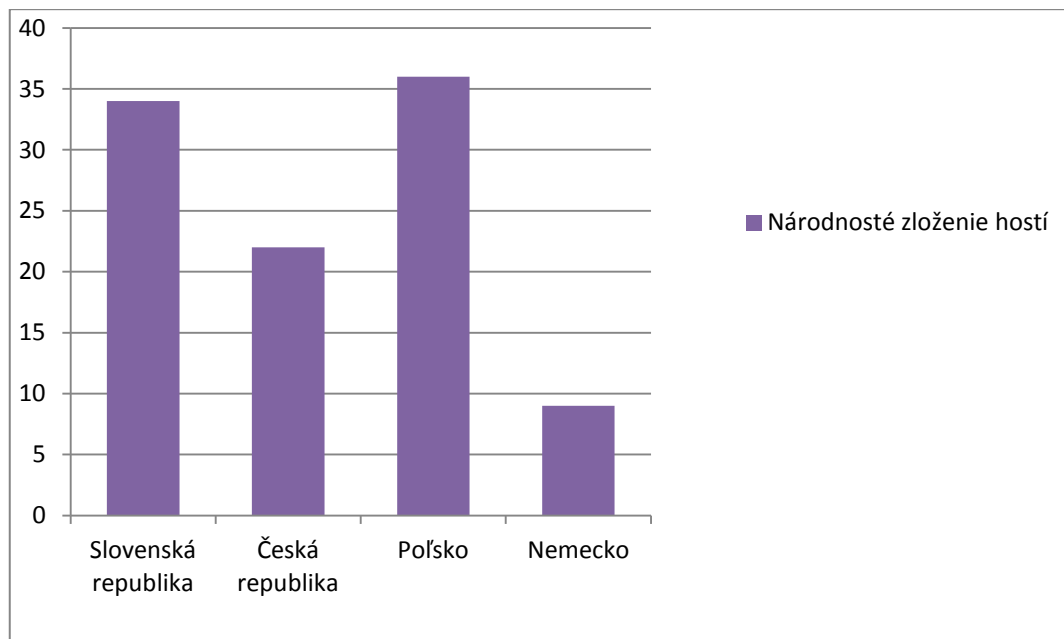
Roky	Domáci turisti	Zahraniční turisti
2012	5120	2310
2013	5030	2650
2014	6210	2050

**Príloha D: Vyjadrenie návštevnosti domácich a zahraničných turistov v penzióne Kaštieľ Hanus v rokoch 2012 - 2014 - graf + tabuľka**



Roky	Domáci turisti	Zahraniční turisti
2012	2420	1300
2013	3450	870
2014	3110	1210

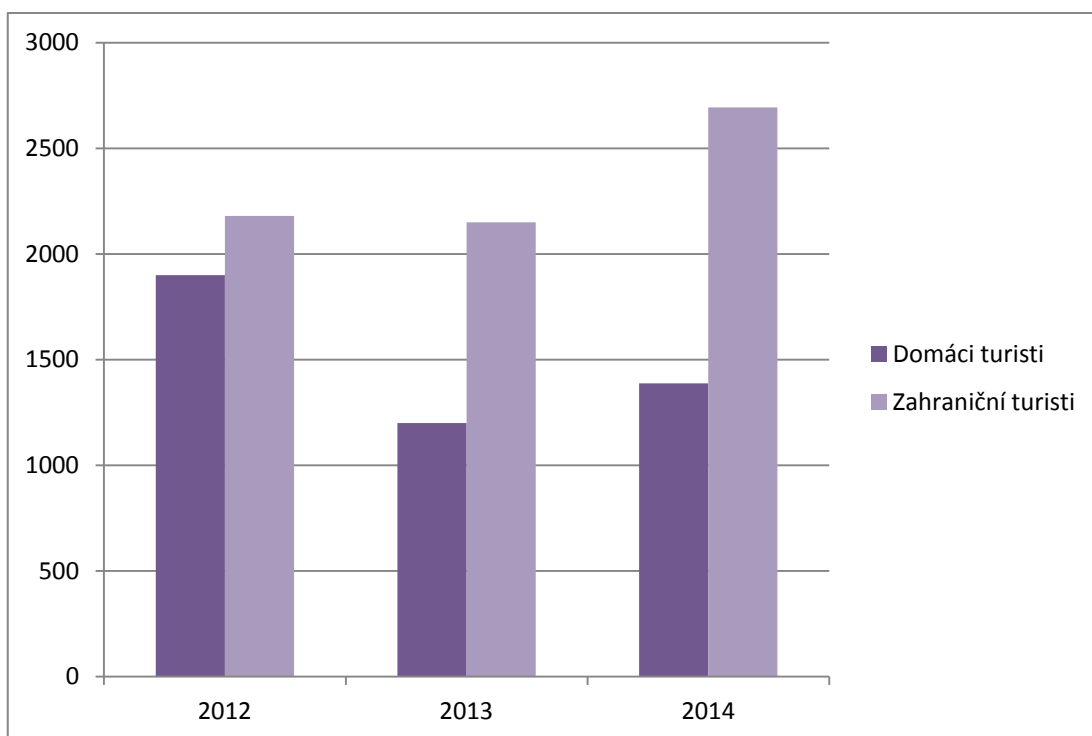
**Príloha E: Národnostné zloženie hostí rok 2014 vyjadrené v % - graf + tabuľka**



Národnostné zloženie hostí	
Slovenská republika	34
Česká republika	22
Poľsko	36
Nemecko	9

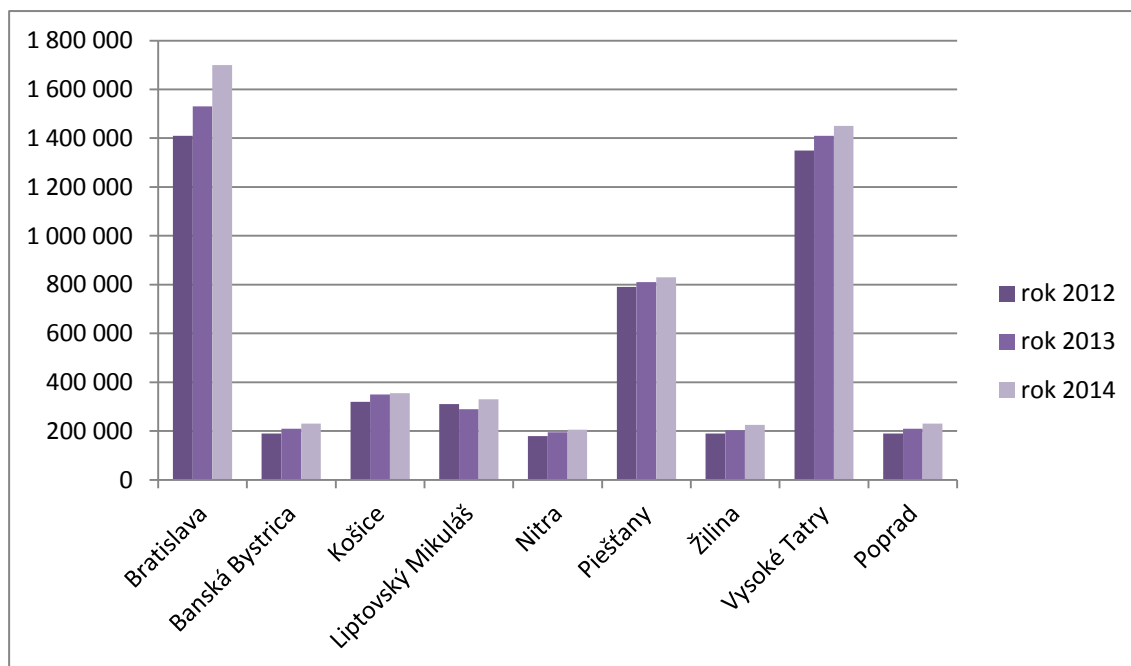


**Príloha F: Vyjadrenie návštevnosti domácich a zahraničných hostí Chaty Pieniny - graf + tabuľka**



Roky	Domáci turisti	Zahraniční turisti
2012	1900	2180
2013	1200	2150
2014	1387	2693

**Príloha G: Porovnanie počtu prenocovaní za jednotlivé roky v mestách na Slovensku - graf + tabuľka**



MESTO	rok 2012	rok 2013	rok 2014
Bratislava	1 410 000	1 530 000	1 700 000
Banská Bystrica	190 000	210 000	230 000
Košice	320 000	350 000	355 000
Liptovský Mikuláš	310 000	290 000	330 000
Nitra	180 000	195 000	205 000
Piešťany	790 000	810 000	830 000
Žilina	190 000	203 000	225 000
Vysoké Tatry	1 350 000	1 410 000	1 450 000
Poprad	190 000	210 000	230 000

Príloha H: Diplom korunovácie za Gorala



# **DOTAZNÍK**

## **Pre účastníka cestovného ruchu kraja Zamagurie**

**Vážení návštevníci,**

**Radi by sme Vás oslovili týmto krátkym anonymným dotazníkom, ktorým chceme zistiť Vaše pocity a skúsenosti z návštevy nášho malebného kraja Zamaguria. Prostredníctvom tohto dotazníka chceme zistiť, v akých oblastiach cestovného ruchu čo chýba. Veríme, že vďaka Vaším odpovediam, zistíme nedostatky tohto kraja a budeme sa ich snažiť skvalitniť.**

**ZA ODPOVEDE VOPRED ĎAKUJEME**

Po prečítaní otázky prosím označiť voľné políčko ( v prípade viacerých možností označiť viacero políčok ), pri otvorených otázkach prosím vyjadrite svoj názor.

1. Ako ste sa dozvedeli o tomto kraji ?

- Internet  
 Odporúčanie ( rodina, priatelia, známy )  
 Cestovná kancelária  
 Bývam v tomto okolí  
 Iné

2. Napíšte obec, ktorá Vás najviac zaujala

3. Prečo ste si práve vybrali túto obec ?

- Pekná príroda  
 Kultúrne pamiatky  
 Krátka vzdialenosť od Vášho ubytovacieho zariadenia  
 Iné

4. Ste v tomto kraji prvý krát ?

- Áno  Nie

5. Aká je dĺžka Vášho pobytu ?

6. Čo sa Vám počas pobytu páčilo ( atrakcia, pamiatka, skúsenosť )?

7. Čo sa Vám počas pobytu nepáčilo ?

8. Máte naplánované sa vrátiť do tohto kraja ?

- Áno  Možno  Nie

9. Čo by ste si priaľi aby ste našli nové pri ďalšej návšteve tohto kraja ?

10. Čo si myslíte, že chýba v tomto kraji ?

Dátum a miesto vyplnenia:

## Príloha J: Mapa Zamaguria



Zdroj: [www.tourist-channel.sk](http://www.tourist-channel.sk)

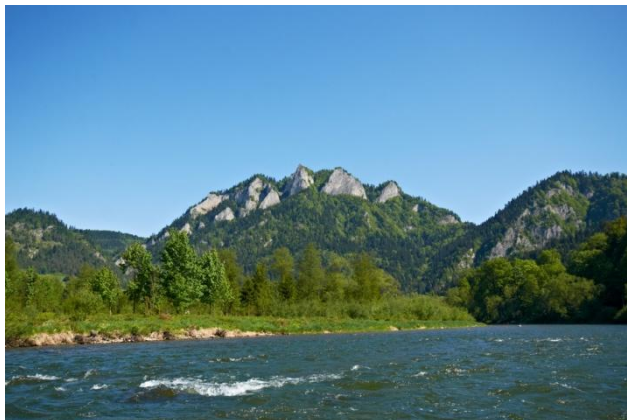
## Príloha K: Fotografie kraja Zamagurie

Fotografia 1: Červený Kláštor



Zdroj: [www.heritageconsulting.sk](http://www.heritageconsulting.sk)

Fotografia 2: Pohorie Tri koruny



Zdroj: [www.visitspis.sk](http://www.visitspis.sk)

Fotografia 3: Pltníctvo na Dunajci



Zdroj: [www.lgtrade.sk](http://www.lgtrade.sk)

Fotografia 4: Drevenice – Osturňa



Zdroj: [www.tatryspispieniny.sk](http://www.tatryspispieniny.sk)

Fotografia 5: Spišské Hanušovce



Zdroj: [dhz-spiškehanusovce.webnode.sk](http://dhz-spiškehanusovce.webnode.sk)

Fotografia 6: Spišská Stará Ves



Zdroj: [www.antiquavilla.sk](http://www.antiquavilla.sk)

Fotografia 7: Rafting na Dunajci



Zdroj: [www.cerveny-klastor.sk](http://www.cerveny-klastor.sk)

Fotografia 8: Goralské tradície



Zdroj: [www.nevesta.sk](http://www.nevesta.sk)

Fotografia 9: Korunovanie za Gorala



Zdroj: [www.visitspis.sk](http://www.visitspis.sk)

Fotografia 10 : Penzión Kaštieľ Hanus \*\*\*



Zdroj: [www.looxee.com](http://www.looxee.com)

Fotografia 11: Hotel Červený Kláštor



Zdroj: [www.visitspis.sk](http://www.visitspis.sk)

Fotografia 12: Chata Pieniny



Zdroj: [www.visitspis.sk](http://www.visitspis.sk)



## **BIBLIORAFICKÉ ÚDAJE**

**Meno autora:** Veronika Pitoňáková

**Obor:** Management cestovného ruchu

**Forma štúdia:** kombinované štúdium

**Názov práce:** Potenciál rozvoja cestovného ruchu v Podtatranskej oblasti

**Rok:** 2015

**Počet strán textu bez príloh:** 76

**Celkový počet strán príloh:** 13

**Počet titulov slovenských použitých zdrojov:** 17

**Počet titulov zahraničných použitých zdrojov:** 3

**Počet internetových zdrojov:** 1

**Počet ostatných zdrojov:** 1

**Vedúci práce:** Ing. et Mgr. Daniel Toth, PhD. et PhD.